

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ



СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ

МАТЕРІАЛИ

Всеукраїнської науково-практичної конференції

23–24 листопада 2021 року

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

Київ
НУХТ 2021

Сучасні проблеми бухгалтерського обліку та фінансів: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 23–24 листопада 2021 р. Київ : НУХТ, 2021. 128 с.

У збірник увійшли тези доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні проблеми бухгалтерського обліку та фінансів», в яких розглянуто особливості обліку і аудиту в умовах трансформаційних перетворень, тенденції і напрями розвитку переробних підприємств агропромислового комплексу, тенденції, стан і проблеми управління фінансами суб'єктів підприємництва, актуальні проблеми теорії та практики страхування та функціонування банківської системи України.

Розраховано на науковців, викладачів, аспірантів і здобувачів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів, яких цікавлять питання, пов'язані з бухгалтерським обліком та фінансами у сучасних умовах господарювання.

Редакційна колегія: О.Ю. Шевченко, С.В. Токарчук, О.О. Шеремет, Л.В. Шірінян, О.В. Лисенок, С.В. Бойко (відповідальний секретар), О.В. Михайленко (відповідальний секретар).

Відповідальний за випуск д-р. екон. наук, професор Л. В. Шірінян

Матеріали конференції надруковано в авторській редакції.

Рекомендовано Вченою радою НУХТ

Протокол № 3 від 28 жовтня 2021 року

ПРОГРАМА

Всеукраїнської наукової конференції «Сучасні проблеми бухгалтерського обліку та фінансів»

24 листопада 2021 року

11⁰⁰-13⁰⁰ – пленарне засідання

Доповіді на пленарному засіданні – до 15 хв.

Обговорення доповіді на пленарному засіданні – до 10 хв.

Секційні доповіді – до 7 хв.

Коментарі і запитання на секційних засіданнях – до 5 хв.

ВІДКРИТТЯ КОНФЕРЕНЦІЇ ТА ПРИВІТАННЯ

Вітальне слово **Токарчука Сергія Володимировича**, проректора з наукової роботи Національного університету харчових технологій, д.т.н., професора.

Вітальне слово **Шеремета Олега Олексійовича**, директора Навчально-наукового інституту економіки і управління Національного університету харчових технологій, д.е.н., доцента.

Вітальне слово **Шірінян Лади Василівни** – завідувачки кафедри фінансів Національного університету харчових технологій, д.е.н., професорки.

ДОПОВІДІ (ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ)

1. СКОПЕНКО Наталія Степанівна, д.е.н., професорка кафедри економіки праці та менеджменту (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Обґрунтування стратегії розвитку компаній з урахуванням стадії консолідації галузі.

2. ЄМЦЕВ Віктор Іванович, д.е.н., професор кафедри економіки праці та менеджменту (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Економічні аспекти забезпечення продовольчої безпеки країни.

3. ПІКУС Руслана Володимирівна, к.е.н., доцентка, професорка кафедри страхування, банківської справи та ризик-менеджменту (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ).

Тема доповіді: Інноваційний розвиток страхового ринку України.

4. ТРИНЧУК Віктор Вікторович, к.е.н., доцент, професор кафедри фінансових ринків (Державний податковий університет, м. Ірпінь).

Тема доповіді: Національна страхова екосистема: міф чи реальність?

5. ЯВОРСЬКА Тетяна Василівна, д.е.н., професорка кафедри банківського і страхового бізнесу (Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів).

Тема доповіді: Фінансовий моніторинг страхових компаній України: нові принципи та підходи.

6. СТЕЦЮК Володимир Михайлович, к.е.н., доцент кафедри фінансів (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

ТОЛСТЕНКО Оксана Юріївна, к.е.н., доцентка кафедри фінансів (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Перспективи впровадження обов'язкового медичного страхування в Україні.

7. МЕЛЬНИК Дмитро Васильович, аспірант (Національний університет біоресурсів та природокористування України, м. Київ)

Тема доповіді: Зелені облігації як інструмент залучення підприємствами фінансування в умовах EUROPEAN GREEN DEAL.

8. МАЗНИК Ліана Валеріївна, к.е.н., доцентка кафедри економіки праці та менеджменту (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Smart-контракт як спосіб обміну цифровими цінностями в блокчейні.

9. ПАНТЄЛЄЄВА Наталія Миколаївна, д.е.н., професорка, завідувачка кафедри фінансів (Черкаський інститут Університету банківської справи, м. Черкаси).

Тема доповіді: Реалізація принципів ESG суб'єктами підприємницької діяльності: операційні, фінансові та інвестиційні аспекти.

10. БОЙКО Світлана Василівна, к.е.н., доцентка кафедри фінансів (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Податкові різниці та їх вплив на податкове навантаження суб'єктів господарювання.

13⁰⁰-13³⁰ – перерва

13³⁰-15³⁰ – секційні засідання

ДОПОВІДІ (СЕКЦІЙНІ ЗАСІДАННЯ)

1. КУДРЕНКО Наталія Володимирівна, к.е.н., доцентка кафедри обліку і аудиту (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Особливості формування собівартості та обліку витрат підприємств переробної промисловості.

2. КУЛИНИЧ Юрій Михайлович, к.е.н., доцент кафедри фінансів (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Заходи покращення інвестиційної привабливості аграрного сектору України.

3. ТЕМЧИШИНА Юлія Леонідівна, к.е.н., доцентка кафедри обліку і аудиту (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Аспекти обліково-комунікаційної архітектури інформаційного забезпечення управління розвитком сучасного промислового підприємства.

4. КЛИМАШ Наталія Іванівна, к.е.н., доцентка кафедри фінансів (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Іпотечне кредитування як реальний стимул до зростання економіки.

5. ЛИСЕНОК Олексій Володимирович, д.е.н., професор кафедри фінансів (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Тенденції розвитку банківських інновацій в Україні.

6. МИХАЙЛЕНКО Ольга Валеріївна, к.е.н., доцентка кафедри обліку і аудиту (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Особливості застосування стратегічного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища.

7. АРИЧ Михайло Іванович, к.е.н., доцент кафедри фінансів (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Які ж ризики та можливості має використання технологій генетичного тестування для страхового ринку?

8. ДУХНОВСЬКА Людмила Миколаївна, к.е.н., доцентка кафедри обліку і аудиту (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Особливості організації обліку на підприємствах ресторанного бізнесу.

9. РОГАНОВА Ганна Олександрівна, к.е.н., доцентка кафедри фінансів (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Управління платоспроможністю підприємства.

10. СОЛОМЧУК Людмила Миколаївна, к.е.н., доцентка кафедри обліку і аудиту (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Обліково-статистичне забезпечення стратегічного менеджменту підприємства.

11. ОСАДЧА Ганна Григорівна, к.е.н., доцентка кафедри обліку і аудиту (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Інформаційне забезпечення формування облікової інформації для прийняття стратегічних управлінських рішень.

12. ТРЕТЯК Катерина Володимирівна, к.е.н., доцентка кафедри фінансів (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Трансформаційні зміни в страхуванні під впливом ТЕСН-тенденцій.

13. ШІРІНЯН Лада Василівна, д.е.н., професорка, завідувачка кафедри фінансів (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

СІДЕРОВА Анастасія Павлівна, здобувачка (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Оцінка вартості реклами страхових компаній.

14. СЛОБОДЯН Наталія Геннадіївна, к.е.н., доцентка кафедри обліку і аудиту (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Інформаційно-аналітичне забезпечення управління розвитком підприємств харчової промисловості на сучасному етапі.

15. БУРЯК Аліна Вікторівна, к.е.н., доцентка кафедри фінансів (Національний університет біоресурсів і природокористування, м. Київ).

ДЕМ'ЯНЕНКО Інна Вікторівна, к.е.н., доцентка кафедри фінансів (Національний університет харчових технологій, м. Київ).

Тема доповіді: Аналіз та оцінювання рівня фінансових ризиків підприємства.

16. ОЛІЙНИК Олег Олександрович, к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування (Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро).

Тема доповіді: Оптимізація руху грошових потоків підприємства в антикризовому фінансовому управлінні.

17. ОЛІЙНИК Тетяна Іванівна, к.е.н., доцентка, завідувачка кафедри економіки, підприємництва та управління підприємствами (Дніпровський національний університет ім. О. Гончара, м. Дніпро).

Тема доповіді: Ризик-менеджмент у фінансовому управлінні підприємством.

18. ДЕМЧЕНКО Віталія Олександрівна, к.е.н., ст. викладачка кафедри банківської справи та страхування (ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», м. Київ).

Тема доповіді: Стратегії страхових компаній в епоху цифровізації.

15³⁰-16⁰⁰ – підведення підсумків, закриття конференції

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ І АУДИТУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ.....	10
Гриліцька А.В. Послідовність роботи бухгалтера з електронними лікарняними листами.....	11
Духновська Л.М. Особливості організації обліку на підприємствах ресторанного бізнесу.....	13
Кудренко Н.В. Особливості формування собівартості та обліку витрат підприємств переробної промисловості.....	15
Кравченко І.Й. Вимоги до подання фінансової звітності на основі таксономії фінансової звітності за МСФЗ в єдиному електронному форматі iXBRL.....	17
Мазник Л.В. Напрямки діджиталізації бухгалтерського обліку.....	20
Овдій О.В. Оперативний облік в системі управління підприємством.....	23
Осадча Г.Г. Інформаційне забезпечення формування облікової інформації для прийняття стратегічних управлінських рішень.....	25
Темчишина Ю.Л. Аспекти обліково-комунікаційної архітектури інформаційного забезпечення управління розвитком сучасного промислового підприємства.....	26
Худолій Д.Ю. Особливості впровадження хмарної бухгалтерії, переваги й недоліки.....	28
Чернелевський Л.М., Шило М. Особливості облікування фінансової оренди на підприємствах.....	30
СЕКЦІЯ 2. ТЕНДЕНЦІЇ І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ.....	32
Басюк Т.П. Методика здійснення стратегічного бенчмаркінгу.....	33
Ємцев В.І., Ємцева Г.Ф. Аналіз основних напрямків трансформації вітчизняного свинарства.....	34
Ємцев В.І. Аналіз результатів трансформації фінансового ринку України.	36
Закревська Л.М. Вплив карантинних заходів на розвиток сільського господарства.....	39
Крайнюченко О.Ф., Бутурлім В. Є. Конкурентні активності підприємств в умовах мінливого економічного середовища.....	40
Крайнюченко О.Ф. Шевчук А.А. Вибір оптимального методичного підходу щодо визначення конкурентних позицій підприємства.....	42
Левченко Ю.Г., Кайданович В.В. Персонал як стратегічний ресурс підприємства.....	44
Михайленко О.В. Особливості застосування стратегічного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища.....	46
Ніколаєнко С.М. Передумови застосування кластерних об'єднань молочної промисловості.....	49
Редзюк Т.Ю., Клочко В. С. Особливості та обґрунтування стратегії фінансової програми.....	50

Рябенко В.В., Рябенко Л.М. Інформаційне забезпечення управління вартістю підприємства.....	54
Скопенко Н.С. Тенденції і напрями розвитку підприємств в умовах невизначеності.....	57
Скопенко Н.С., Бондарчук А. В. Методичні підходи до стратегічного планування на підприємстві.....	59
Слободян Н.Г. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління розвитком підприємств харчової промисловості на сучасному етапі.....	61
Соломчук Л.М., Крамських А. Обліково-статистичне забезпечення стратегічного менеджменту підприємства.....	63
СЕКЦІЯ 3. ФІНАНСИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА: ТЕНДЕНЦІЙ, СТАН І ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ.....	66
Бойко С.В. Податкові різниці та їх вплив на податкове навантаження суб'єктів господарювання.....	67
Бойко С.В., Антонюк А.О. Моделювання оптимальної фінансової стратегії підприємства.....	69
Бойко С.В., Дегтярьова О.А. Оцінка податкового навантаження як інструмент управління фінансовим станом підприємства.....	71
Буряк А.В., Дем'яненко І.В. Аналіз та оцінювання рівня фінансових ризиків підприємства.....	74
Дем'яненко І.В., Мартиненко О.О. Обґрунтування фінансової політики підприємства.....	76
Кулинич Ю.М. Заходи покращення інвестиційної привабливості аграрного сектору України.....	78
Мельник Д.В. Зелені облігації як інструмент залучення підприємствами фінансування в умовах European Green Deal.....	80
Ніколаєнко І.В., Навроцький Н.А. Портрет B2B споживача як важливий елемент ефективного управління фінансами підприємства.....	82
Олійник О.О. Оптимізація руху грошових потоків підприємства в антикризовому фінансовому управлінні.....	84
Олійник Т.І. Ризик-менеджмент у фінансовому управлінні підприємством.....	86
Пантелєєва Н.М. Реалізація принципів ESG суб'єктами підприємницької діяльності: операційні, фінансові та інвестиційні аспекти.....	87
Роганова Г. О., Лозінська І.А. Управління платоспроможністю підприємства.....	90
Краснюк М.Т. FİNTECH в практиці фінансового менеджменту в 2020-2021 роках.....	92
СЕКЦІЯ 4. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ СТРАХУВАННЯ.....	95
Арич М.І., Левон М.М., Каленюк Я.О. Які ж ризики та можливості має використання технологій генетичного тестування для страхового ринку?..	96
Демченко В.О. Стратегії страхових компаній в епоху цифровізації.....	98
Пікус Р.В. Інноваційний розвиток страхового ринку України.....	99

Стецюк В.М., Толстенко О.Ю. Перспективи впровадження обов'язкового медичного страхування в Україні.....	102
Третяк К.В. Трансформаційні зміни в страхуванні під впливом ТЕСН-тенденцій.....	104
Тринчук В.В., Табахарник О.Я. Insurtech: сучасні тренди ринку автострахування України.....	106
Шірінян Л.В., Сідерова А.П. Оцінка вартості реклами страхових компаній.....	108
Яворська Т. В. Фінансовий моніторинг страхових компаній України: нові принципи та підходи.....	109
СЕКЦІЯ 5. ФУНКЦІОНУВАННЯ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	
БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ.....	112
Бойко С.В., Герасименко Д.Д. Зарубіжний досвід розміщення коштів фізичних та юридичних осіб на банківських депозитах.....	113
Дем'яненко І.В., Ширай Д. О. Управління кредитним потенціалом банку в сучасних умовах.....	114
Климаш Н.І. Іпотечне кредитування як реальний стимул до зростання економіки.....	116
Лисенок О. В., Корнієнко М. В. Тенденції розвитку банківських інновацій в Україні.....	118
Марич М.Г. Вплив процесу капіталізації на фінансове планування діяльності банківських установ.....	120
Третяк К.В., Захарченко Д.О. Мобільний банкінг як початок переходу фінансових організації у цифровий простір.....	122
Третяк К.В., Іваніна А.О. Переваги діджиталізації банківського сектору в Україні.....	124
Третяк К.В., Приймачок А.О. Необанкінг як новітня тенденція ефективної розбудови банківської системи України.....	126

СЕКЦІЯ 1

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ І АУДИТУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

ПОСЛІДОВНІСТЬ РОБОТИ БУХГАЛТЕРА З ЕЛЕКТРОННИМИ ЛІКАРНЯНИМИ ЛИСТАМИ

Гриліцька А. В.,

к.е.н., доцент

Черкаський державний бізнес-коледж

У зв'язку з депаперизацією даних всіх сфер економічної діяльності набуває актуальності перехід з паперового обігу сфери охорони здоров'я і праці. Особливо актуальним є введення в систему медицини електронних лікарняних. Однією з найбільш затребуваних послуг з охорони здоров'я є отримання лікарняних. Тому постало питання спростити процес отримання листків непрацездатності та змінити їх форму з паперової на електронну. Запровадження електронних лікарняних – необхідний етап переходу внесення даних на електронні носії. Найбільша перевага переходу до електронних лікарняних листків це значне спрощення їх отримання та, в подальшому, виплати допомоги у зв'язку з тимчасовою непрацездатністю.

Уперше ідея переходу системи охорони здоров'я України на електронні технології обговорювалась на конференції, де Міністерство охорони здоров'я разом з Центром охорони здоров'я, Світовим банком та ВООЗ у 2016 році визначили поступовий розвиток охорони здоров'я в електронному порядку. Система мала назву Е-Health і демонстраційна версія була запущена в Україні у 2017 році. З цього моменту стала можлива реєстрація в системі медичних закладів, вести облік медичної карти онлайн, та ставати в електронні черги [1].

Як відомо, лікарняний листок або листок непрацездатності є офіційним документом, який засвідчує тимчасову непрацездатність працівника та є підставою для виплати коштів підприємством та Фондом соціального страхування. Листки непрацездатності мають бути затверджені підписом лікаря.

Процедура виплати допомоги з тимчасової непрацездатності має свою послідовність. Спочатку працівник, захворівши, звертається до медичної установи або свого сімейного лікаря. Лікар заповнює лицьову сторону та корінець лікарняного, зворотну сторону заповнює бухгалтер на підприємстві. Також бухгалтер перевіряє правильність заповнення листка непрацездатності, так як законодавством затверджено, що у разі помилково заповненого документа штраф має сплатити підприємство, а не медична установа, у розмірі 50% суми виплати з ФСС. Наступним етапом є розгляд даного документу комісією з соціального страхування підприємства. Саме комісія розглядає низку питань, а саме: чи потрібно виплачувати працівнику лікарняні; розмір допомоги та за чиї кошти буде проведено виплату; правильність оформлення лікарняного листка; правильність нарахування допомоги бухгалтером в залежності від стажу роботи працівника; кількість днів, які потрібно оплатити працівнику; який строк оплати коштів підприємством [2].

В залежності від стажу роботи, кількості днів хвороби, середньої заробітної плати працівника бухгалтер вираховує суму допомоги працівнику. Перші 5 днів хвороби оплачується підприємством, інші дні сплачується з

бюджету Фонду соціального страхування. Бухгалтер вираховує податки та сплачує їх до бюджету. Для виплати коштів з ФСС, він має підготувати та подати заяву-розрахунок, де чітко вказані суми податків, суми допомоги, кількість днів хвороби та причини тимчасової непрацездатності.

У найближчий день виплати заробітної плати працівнику виплачується грошова допомога підприємством, що ж до ФСС, то спочатку кошти фонду зараховуються на спецрахунок організації, потім сплачуються відповідні податки та перераховується допомога також у найближчий день виплати зарплати.

Ця система діяла завжди, тож для спрощення нарахування та виплати допомоги з тимчасової непрацездатності почали вводити електронну систему, а саме електронні лікарняні.

З 01.09.2021 Україна переходить на електронні листки непрацездатності згідно з наказом та постановами КМУ. Процедура оформлення та нарахування лікарняних змінюється. Як і раніше працівник звертається до лікаря, який в свою чергу вирішує період хвороби працівника та як буде проходити лікування, але відтепер лікар формує електронний медичний висновок. Листок непрацездатності формується автоматично на основі медичного висновку. Потім працівнику надходить СМС-повідомлення від електронної системи охорони здоров'я, і працівник може переглянути заключення лікаря та свій листок непрацездатності на порталі Пенсійного фонду.

Працівник повідомляє свого роботодавця, і в свою чергу роботодавець переглядає листок тимчасової непрацездатності, передає до бухгалтерії на електронному носії, або ж в друкованому вигляді. Комісія повідомляє про своє рішення щодо виплати або відмови у виплаті допомоги, а кадрова служба перевіряє страховий стаж працівника. Так само бухгалтерія підприємства нараховує грошову допомогу працівнику.

МОЗ та Пенсійний фонд повідомили, що запровадження електронних лікарняних має низку переваг, а саме: спрощення системи оформлення лікарняних, що економить час, як лікарів, так і хворих; зменшується час очікування виплати допомоги; прозорість дій працівників для роботодавців; скорочується вірогідність підробок та корупційних дій лікарів; мінімізується застосування штрафів у разі невірної або помилкової заповнення бланків медичною установою та бухгалтерією; можливість переглядати листки непрацездатності у будь-який час працівнику, роботодавцю та бухгалтеру [3].

Тож, основною перевагою запровадження лікарняних листків це антикорупційний ефект медичних послуг в Україні. Коли вся інформація оцифрована, можна легко проаналізувати яку кількість лікарняних листків видають лікарі, а статистика покаже аномальну кількість оброблених листків. Це зможе зберегти велику кількість коштів бюджету. Ведення урядом лікарняних листків скорочує термін їх отримання, розгляд комісією та інформування бухгалтерів, а, отже, й отримання соціальної допомоги працівником.

Література:

1. Деякі питання формування медичних висновків про тимчасову непрацездатність та проведення їхньої перевірки: Наказ МОЗ України від 01.06.2021 р. № 1066. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0728-21#Text>.
2. Деякі питання організації ведення Електронного реєстру листків непрацездатності та надання інформації з нього: Постанова Кабміну від 17.04.2019 р. № 328. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/328-2019-%D0%BF#Text>.
3. Про заходи щодо запровадження Електронного реєстру листків непрацездатності»: Постанова ВРУ від 03.02.2021 р. № 1192-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1192-IX#Text>.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Духновська Л. М.,
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Національний університет харчових технологій

Ресторанний бізнес має багато особливостей щодо організації ведення фінансового обліку, оскільки це специфічний вид діяльності, який складається з виробничо-торгової діяльності у сфері громадського харчування та надання послуг. Основна діяльність ресторанного господарства полягає у приготуванні з продовольчої сировини страв і кулінарних виробів з подальшою їх реалізацією. Головна відмінність ресторану від закладу торгівлі – наявність кухні. Ресторанний бізнес за своєю специфікою — це роздрібна торгівля продуктами харчування, як придбаними, так і стравами власного приготування з наданням клієнтові можливості споживання на місці продажу.

Особливістю обліку є те, що сировина (товар) проходить наступні етапи, щоб перетворитися на готову страву:

- а) склад;
- б) виробництво (кухня);
- в) реалізація страв.

Існує два методи обліку витрат для підприємств ресторанного бізнесу. Розглянемо переваги та недоліки цих методів.

Перший метод - торговельний метод. Його можуть використовувати заклади ресторанного господарства, що проводять незначну обробку сировини до виходу в готову продукцію (наприклад, розігрівання, порціювання та сервірування готової страви або напоїв). Продовольчу сировину і товари обліковують на субрахунку 281 «Товари на складі». Облік сировини у виробництві ведуть на рахунку 23 «Виробництво». На цьому рахунку обліковується виключно вартість сировини та продуктів, що використовуються для виробництва продукції. При торговельному методі облік сировини і товарів у виробництві ведуть за цінами продажу.

Отже, при торговельному методі обліку на рахунку 23 «Виробництво» відображаються лише матеріальні витрати закладу ресторанного господарства (сировинна складова), причому за продажною ціною, що вже включає націнку.

Дохід від реалізації як закупних товарів, так і продукції власного виробництва відображають на субрахунку 702 «Дохід від реалізації товарів», а собівартість страв та закупних товарів, реалізованих покупцям на субрахунку 902 «Собівартість реалізованих товарів».

Другий метод – виробничий. За цим методом калькуляція собівартості готової продукції здійснюється як на виробничих підприємствах. Витрати формуються не лише із собівартості придбаних товарів і кулінарних виробів, які реалізуються, а також включаються інші витрати, що не включаються до собівартості. Цей метод ґрунтується на використанні стандартних методів і прийомів бухгалтерського обліку, а саме: ведення обліку запасів відповідно до П(С)БО 9 «Запаси» і витрат відповідно до П(С)БО 16 «Витрати». Головною перевагою цього методу є узгодженість перерахованих П(С)БО, а недоліком є більш складний та досить трудомісткий процес бухгалтерського обліку.

Таблиця 1

**Облік процесу виробництва та реалізації продукції ресторану
на рахунках бухгалтерського обліку**

№	Зміст господарських операцій	Дт	Кт
1	Отримана на склад ресторану сировина для виготовлення кулінарної продукції	281	631
2	Податковий кредит по ПДВ	641	631
3	Відображено суму торгової націнки	281	285
4	Передано зі складу на кухню сировину за цінами продажу	23	281
5	Нарахована заробітна плата працівникам кухні	932	661
6	Нараховано ЄСВ 22% на заробітну плату	932	651
7	Нарахована амортизація на обладнання кулінарного цеху	932	131
8	Вироби кухні за цінами продажу передано для реалізації	282	23
9	На поточний рахунок ресторану надійшли кошти за реалізовану продукцію кухні	311	702
10	Податкове зобов'язання по ПДВ	702	641
11	За продажними цінами списана собівартість реалізованої продукції кухні	902	282
12	Списано торгову націнку (методом «сторно»)	902	285
13	Закриття рахунків витрат	79	902, 932
14	Закриття рахунків доходів	702	79

На рахунку 23 «Виробництво» ведуть облік лише вартості продовольчої сировини, що використовується для виробництва готової продукції, а інші витрати, пов'язані з виробництвом продукції обліковується на рахунку 91 «Загальновиробничі витрати». До таких витрат належать: амортизація кухонного обладнання, заробітна плата виробничих працівників, нарахований ЄСВ, орендна плата, опалення, водопостачання виробничого приміщення, тощо.

За цим методом дохід від реалізації кулінарних виробів власного виробництва відображають на субрахунку 701 «Дохід від реалізації готової

продукції», а собівартість реалізованих кулінарних виробів власного виробництва списують на субрахунок 901 «Собівартість реалізованої готової продукції» (з урахуванням загальновиробничих витрат).

Відповідно на субрахунок 702 «Дохід від реалізації товарів» необхідно відображати доходи від реалізації закуплених товарів, а їх собівартість відносять у дебет субрахунку 902 «Собівартість реалізованих товарів». При цьому також списується сума торговельної націнки, що припадає на реалізовані придбані товари.

На нашу думку, виробничий підхід є найбільш прогресивним, оскільки він повністю відповідає вимогам П(С)БО 9 та П(С)БО 16, а також гарантує правильне визначення фінансового результату від операційної діяльності. Раціональна організація фінансового обліку являє собою таку систему практичного застосування способів та прийомів відображення господарських операцій на рахунках синтетичного й аналітичного обліку, яка забезпечує дієвий аналіз і контроль стану справ підприємств ресторанного господарства, мінімізуючи витрати праці та коштів під час ведення бухгалтерського обліку.

Література:

1. Алексевич О. Бухгалтерський облік на підприємствах ресторанного господарства. *Газета «Все про бухгалтерський облік»*. №65 від 13.07.2012 р.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ТА ОБЛІКУ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Кудренко Н. В.,

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту

Національний університет харчових технологій

Економічне поняття «собівартість» продукції підприємств переробної промисловості означає грошове вираження понесених витрат на виробництво та реалізацію готової продукції (виконання робіт, надання послуг). Собівартість продукції переробної промисловості є комплексним базовим показником, що включає в себе витрати понесені на виробництво та реалізацію продукції.

Особливості формування та обліку витрат переробної промисловості в Україні регламентується П(С)БО 16 «Витрати» та П(С)БО 9 «Запаси». Так, пунктом 10 П(С)БО 9 «Запаси» визначено, що собівартість продукції визначається згідно з нормами П(С)БО 16 «Витрати» [2].

Відповідно до пунктів 11 — 16 П(С)БО 16 «Витрати» визначено склад собівартості продукції, робіт, наданих послуг, а також особливості формування загальновиробничих витрат та не відрізняє процес калькулювання собівартості продукції переробних підприємств від калькулювання собівартості виконаних робіт та наданих послуг.

Вагомий внесок щодо розкриття теоретичних та організаційно-методичних засад формування собівартості продукції переробної промисловості та бухгалтерського обліку витрат здійснили вітчизняні вчені, такі як: А. С. Бакаєв, П. І. Белінський, Ф. Ф. Бутинець, С. Ф. Голов, В. А. Дерій,

В. П. Завгородній, Л. В. Нападовська, Л.Е. Скрипко, В. В. Сопко, Н. М. Ткаченко, М. Г. Чумаченко, М.І. Шаповал та вчені зарубіжних країн, зокрема, Ф. Джейкобз, Р. Ентоні, Д. Кампанела, Дж. Ріс, Р. Чейз. Проте, в сучасній науковій економічній літературі наведені неоднозначні визначення поняття та складових собівартості продукції переробної промисловості та обліку витрат, відображення їх в управлінській, фінансовій та податковій звітності.

Склад статей витрат, що включаються до собівартості реалізованої продукції (послуг) переробної промисловості визначено П(С)БО 16 «Витрати», зокрема:

- виробнича собівартість продукції переробної промисловості, яка реалізована у звітному періоді;
- нерозподілені постійні загальновиробничі витрати;
- наднормативні виробничі витрати (витрати, здійснені понад визначені чинним законодавством нормативи).

Класично витрати, що включаються до виробничої собівартості продукції підприємств переробної промисловості групуються за наступними елементами:

- прямі матеріальні витрати;
- прямі витрати на оплату праці;
- інші прямі витрати;
- змінні загальновиробничі витрати [3].

Важливим процесом формування собівартості виготовленої продукції переробної промисловості є калькулювання та пошук оптимальної методики обліку та розрахунку вихідних даних для їх складання. Так, розрізняють наступні види калькуляцій:

- планові калькуляції;
- нормативні калькуляції;
- провізорні (попередні) калькуляції;
- фактичні калькуляції.

Зважаючи на періодичність виробничо-господарської діяльності підприємств переробної промисловості витрати, які включено до собівартості виготовленої та реалізованої продукції, калькуляції, поділяють на щоденні, місячні та квартальні, річні.

Основним завданням ефективного ведення виробничо-господарської діяльності підприємств переробної промисловості є максимальна економія наявних ресурсів та прибутковість виробничих процесів, що неможливо досягти без оптимального формування собівартості виготовленої продукції, облікових процесів та пошуку нових шляхів економії ресурсів зважаючи на значне їх дорожчання як на зовнішньому, так і внутрішньому ринках, постійної зміни кон'юнктури, монополізації, становлення нормативно-законодавчих процесів в нашій державі.

Відповідно даних порталу «Зберігання та переробка зерна» за підтримки асоціації «Борошномели України» складено рейтинг десяти провідних виробників борошна України за підсумками 2019-2020 маркетингового року, які досягли оптимального співвідношення витрат та обсягів виробництва

продукції. Так, протягом 2019-2020 років лідерами галузі за обсягами виробництва та реалізації є: ТОВ «Вінницький комбінат хлібопродуктів №2», ТОВ «Столичний млин», ТОВ «Дніпромлин», КВФ «Рома», ТОВ «Хмельницьк-Млин», ПАТ «Кролевецький комбінат хлібопродуктів», ДП «Новопокровський комбінат хлібопродуктів», ТОВ «Васильківський комбінат хлібопродуктів», ТОВ «Енліль», ТОВ «Рівне-Борошно» [4].

Зважаючи на складність та важливість процесів формування собівартості, обліку та оцінювання витрат переробних підприємств, зазначені процеси потребують подальших досліджень та науково-методичних розробок щодо проведення комплексного аналізу процесів виробництва, пов'язаних з виникненням витрат, якістю виготовленої та реалізованої продукції, удосконаленням методики виявлення та оцінювання цих витрат; порядком збору та розкриття інформації у звітності.

Література:

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n3610> (дата звернення: 22.22.2021).
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: затв. наказом Міністерства Фінансів України від 20.10.1999 року № 246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text> (дата звернення: 22.10.2021).
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: затв. наказом Міністерства Фінансів України від 31.12.1999 року № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення: 23.10.2021).
4. ТОП-10 борошномельних підприємств України. URL: <https://hipzmag.com/tema/top-10-boroshnomelnih-pidpriyemstv-ukrayini/> (дата звернення: 23.10.2021).

ВИМОГИ ДО ПОДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ НА ОСНОВІ ТАКСОНОМІЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МСФЗ В ЄДИНОМУ ЕЛЕКТРОННОМУ ФОРМАТІ iXBRL

Кравченко І. Й.,

*старший викладач кафедри обліку і аудиту
Національний університет харчових технологій*

Наразі серед бухгалтерів та інших спеціалістів, які мають відношення до фінансової звітності, найактуальнішими є питання складання та подання фінансової звітності на основі таксономії МСФЗ в новому електронному форматі – iXBRL, яка розпочалася у межах реформування фінансового сектору України.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1] підприємства та організації, починаючи зі звітного періоду 2020 року, повинні складати та подавати фінансову звітність органам державної влади або іншим користувачам на їх вимогу на основі таксономії фінансової звітності за міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ) в єдиному електронному форматі iXBRL.

Таксономія фінансової звітності являє собою склад статей і показників фінансової звітності та її елементів, які підлягають розкриттю. Вони усі взаємопов'язані та об'єднані «тегами». Це означає, що, розкриваючи один показник, наприклад, у Звіті про фінансовий стан, необхідно розкрити цей показник у інших звітах та примітках так, щоб усі розкриття між собою узгоджувалися. А це потребує дуже великої уваги. Окремі показники містять формули, які без сторонньої участі будуть підраховані.

Система таксономії фінансової звітності за МСФЗ перелічує та визначає конкретні коди, скориставшись якими можна ідентифікувати інформацію, розкриту у фінансовій звітності за МСФЗ.

Таксономія фінансової звітності за МСФЗ в Україні затверджується Міністерством фінансів України. Звітність складається в електронному форматі, який визначається як iXBRL, що дозволяє уникнути людського втручання, зменшити кількість помилок та адміністративне навантаження.

Таксономія UA XBRL МСФЗ (далі – iXBRL) була розроблена Міністерством фінансів України [2], у співпраці з залученими регуляторами, та складається із загальної таксономії (для суспільних підприємств) та має два розширення - для банківського та страхового секторів. Звітність за МСФЗ XBRL забезпечує збільшення прозорості фінансової звітності, як для інвесторів, так і для наглядових органів, а також дозволяє порівнювати фінансовий стан з іншими організаціями та ринковими індикаторами.

XBRL (eXtensible Business Reporting Language) - це міжнародний стандарт для подання фінансової звітності за МСФЗ в електронному вигляді, який дозволяє опрацьовувати великі обсяги якісних та кількісних показників і дає змогу комп'ютерам автоматично збирати, порівнювати, передавати й аналізувати звітність швидко і точно.

Даний електронний формат має ряд переваг: для суб'єктів звітності, - це коректне та якісне її складання; для інвесторів, - розкриття інформації за МСФЗ, швидка і автоматична обробка звітності, краще розуміння ризиків та перспектив бізнесу. Щодо державних органів, то це - більш ефективний і менш витратний регуляторний процес. При цьому можливо своєчасно виявляти ризики та оперативно реагувати на них, а також швидко в автоматичному режимі обробляти та аналізувати фінансову звітність. iXBRL має розширення HTML та відкривається для перегляду будь-яким інтернет-браузером.

Починаючи з 2021 року, суб'єкти звітності, які відповідно до законодавства повинні складати і подавати фінансову звітність на основі таксономії за МСФЗ, повинні використовувати електронний формат iXBRL для складання щоквартальної та річної фінансової звітності. Фінансові звіти, до яких застосовуються наведені вимоги - це усі форми звітності: звіт про фінансовий стан, звіт про сукупний дохід, звіт про рух грошових коштів, звіт про зміни у власному капіталі та усі примітки до звітності.

На сьогодні НБУ здійснює реформування фінансової звітності банків та небанківських фінансових установ, зокрема проекту "Впровадження практики ЄС з бухгалтерського обліку, фінансової звітності та аудиту в Україні". Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку створила новий

портал подання звітності – Систему фінансової звітності (СФЗ), який збиратиме дані у форматі iXBRL. Для того щоб подати фінансову звітність на основі Таксономії UA XBRL МСФЗ, підприємства мають попередньо зареєструватися у центрі збору фінансової звітності. Нова СФЗ створить «єдине вікно» подання фінансової звітності. Кожен регулятор буде мати доступ до тієї оперативно-зведеної інформації в СФЗ, що відповідає сфері його регулювання.

Цікавою особливістю нового формату звітності є те, що він включатиме аудиторський висновок як частину документа iXBRL, що вимагає застосування електронних підписів. Оприлюднюється звітність разом з аудиторським звітом на веб-сторінці чи веб-сайті підприємства, установи чи організації.

Першим серед електронних сервісів подання звітності можливість подавати звіти у форматі iXBRL реалізував М.Е.Дос через створення модуля «Фінансова звітність за МСФЗ формат iXBRL». Завдяки цьому відкрилась можливість формувати фінансову звітність за МСФЗ на основі таксономії разом із звітом аудитора в єдиному електронному форматі iXBRL.

Однак таксономія – не є концептуальною основою фінансової звітності. Використання електронного формату - це лише спосіб подання звітності, а не її підготовки.

Щоб подати фінансову звітність у форматі iXBRL необхідно здійснити наступну послідовність дій: - зареєструватися на порталі СФЗ; - скласти фінансову звітність відповідно до Таксономії МСФЗ в форматі iXBRL; - валідувати звітність у форматі iXBRL, а це означає перевірити правильність складання звітності та чи відповідає вона правилам, закладеним у таксономію. Останнім кроком є підписання файлу з фінансовою звітністю у форматі iXBRL.

Отже, процес складання фінансової звітності на підставі таксономії фінансової звітності за МСФЗ в єдиному електронному форматі iXBRL потребує значних зусиль та уваги. Проте основним і важливим є вивчення та вдосконалення знань у сфері Міжнародних стандартів фінансової звітності.

Література:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 11.10.2021).
2. Таксономія / Міністерство фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk/taksonomija> (дата звернення: 21.10.2021).
3. Про затвердження Порядку подання фінансової звітності: Постанова Кабінету Міністрів України від 28.02.00 № 419. URL: <https://tax.gov.ua/zakonodavstvo/podatkovye-zakonodavstvo/postanovi-kabinetu-ministr/53839.html> (дата звернення: 21.10.2021).

НАПРЯМКИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Мазник Л. В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки праці та менеджменту
Національний університет харчових технологій

Спостерігається тенденція до зростання частки ІТ-сектора у ВВП країн протягом останніх років (рис. 1). У більшості європейських країн це 3-5%, але в деяких він сягає 6-8% (Угорщина). В Україні цей показник у 2019 році за різними оцінками складав від 3,7% до 5%, однак однією з цілей Міністерства цифрової трансформації України є його підвищення до 10% у 2024 р. [1].

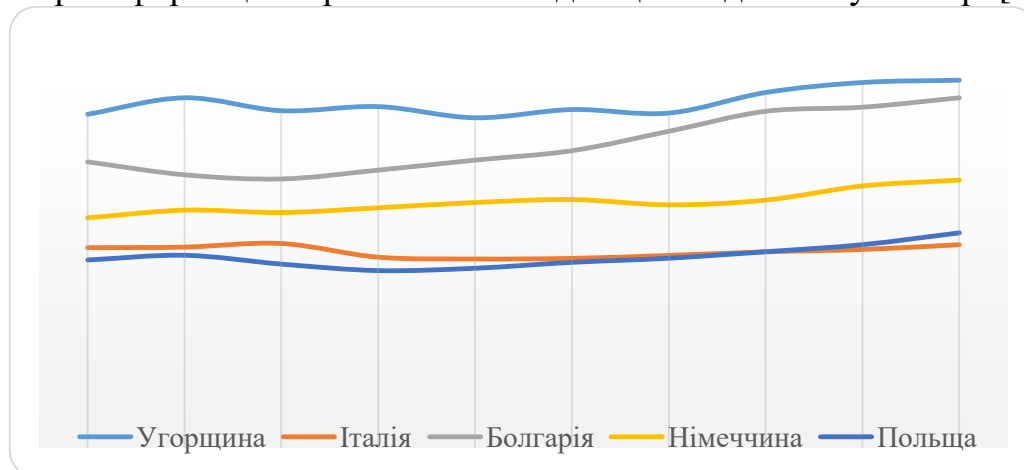


Рисунок 1. Частка ІТ-сектора у ВВП окремих європейських країн, %
(складено за [2])

Цифрова трансформація має неодмінно відбуватись паралельно із впровадженням технологій, які гарантують захист даних і запобігають кіберзлочинності. В Україні це може бути реалізовано на базі блокчейн-технологій. Блокчейн – це технологія зберігання та моментальної передачі великих обсягів даних у зашифрованому вигляді [3, с. 255].

Він базується на програмно-комп'ютерному алгоритмі та криптографічних системах захисту даних з використанням хеш-функцій. Його перевагами є децентралізація, криптографічне підтвердження кожної транзакції чи запису, прозорість, безпека, неможливість внесення змін, обчислювальна логіка, економія часу та ресурсів [4, с. 39].

Власне високий рівень захисту даних та їх децентралізація зумовлює ефективність цієї технології та дає змогу її використовувати у криптовалютах. Однак технології блокчейну мають широкі перспективи використання і у інших сферах. Прикладом використання блокчейн-технології розподіленого зберігання даних з метою захисту інформації є платформа е-урядування «Дія», реалізована в Україні Міністерством цифрової трансформації. Портал Дія дозволяє отримати доступ до державних послуг онлайн, а також до інформації з національних електронних інформаційних ресурсів. Також можна використовувати мобільний застосунок «Дія» з подібним функціоналом. Станом на травень 2021 року його завантажили понад 5 млн. українців. Загалом планується до 2024 року оцифрувати 100% усіх публічних послуг [5, 6]. Вважаємо, що ці процеси дадуть змогу знизити рівень бюрократизації та

привабити вітчизняних та іноземних інвесторів за рахунок спрощення процедур реєстрації бізнесу.

На сьогодні Американський інститут сертифікованих публічних бухгалтерів (American Institute of Certified Public Accountants, AICPA) працює над розробкою регламентів, відповідних алгоритмів, інструкцій, навчальних матеріалів, щоб допомогти сертифікованим бухгалтерам і аудиторам краще зрозуміти та застосувати на практиці технологію блокчейну в бухгалтерському біліку та аудиті. Основна ідея: відносна простота процесу звітування (криптовалюти являють собою нематеріальні активи з невизначеним терміном корисного використання, їх продаж підлягає оподаткуванню, приріст капіталу відповідно обліковується [7]).

Таблиця 1

Групування напрямків застосування технологій блокчейн в бізнесі

Напрямок	Зміст	Виявлені обмеження
1	2	3
Бухгалтерський облік та краудфандинг	Біткойн, Ethereum або інша віртуальна валюта, що підтримує технологію блокчейн, може допомогти підприємствам вирішити проблеми, пов'язані з фінансуванням. Наприклад, криптовалюти підтримують компанії, які хочуть здійснювати безготівкові платежі та бухгалтерські розрахунки. Автоматизація електронного навчання управління транзакціями підвищує рівень контролю за виконанням грошово-кредитних операцій, як з середини, так і ззовні. Крім того, технологічний блокчейн являє нове джерело краудфандинга венчурного капіталу. Інвестори або організатори підприємств можуть отримати альтернативне фінансування підприємництва за рахунок продажу токенів або першопочаткових пропозицій монет. Компанії можуть більш гнучко вирішувати фінансові питання, зберігаючи, переводячи та випускаючи цифрові валюти, засновані на технологіях блокчейн.	ускладнення обліку курсових різниць транзакцій внаслідок нечіткості інформації про вартість криптовалюти на момент реєстрації та проведення транзакцій. Проблеми в оподаткуванні, (криптовалюти є нематеріальними активами з невизначеним терміном корисного використання, їх продаж підлягає оподаткуванню, приріст капіталу повинен відповідно обліковуватись
Зберігання та обмін даними	Як найцінніший ресурс, дані відіграють життєво важливу роль на кожному підприємстві. Блокчейн забезпечує надійне зберігання та ефективне використання даних. Як децентралізований і безпечний реєстр, блокчейн може використовуватися для управління цифровими активами для багатьох видів компаній. Підприємства можуть використовувати блокчейн для зберігання даних, підвищення прозорості та безпеки даних і запобігання їх підробки. У той же час, блокчейн підтримує обмін даними. Наприклад, всі ключові сторони бухгалтерської діяльності використовують бухгалтерський блокчейн для агрегування і обміну звітною інформацією.	Ризик нехтування ключових концепцій блокчейну для бізнесу

1	2	3
Управління ланцюгами поставок	Технологія блокчейн може істотно змінити управління ланцюгом поставок. Недавнє впровадження Інтернету речей і технологій блокчейн підтримує такі зміни. Коли продукт переходить від виробника до покупця, важливі дані записуються в блокчейн. Компанії можуть відстежувати обсяги продукції і сировини, щоб ефективно контролювати якість продукції.	Ризик шахрайства (не для учасників мережі блокчейн)
Розумна торгівля та страхування	Компанії можуть створювати смарт-контракти на базі блокчейну. Підприємства можуть автоматизувати транзакції на основі смарт-контрактів в ланцюгах продажу без ручного підтвердження. Наприклад, підприємства можуть автоматично сплачувати податки по смарт-контрактам.	Ризик шахрайства (не для учасників мережі)

Таким чином, нами визначені найбільш перспективні напрямки застосування цієї технології в бізнесі.

Література:

1. Мінцифри про збільшення ВВП до 10%. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubrictechnology/2789155-mincifri-hoce-zbilsiti-castku-itsektora-u-vvp-do-10.html> (дата звернення: 21.05.2021)
2. Eurostat. Digital economy and society. Database. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/digitaleconomy-and-society/data/database> (дата звернення: 25.05.2021)
3. Гладких Д. М. Проблеми та перспективи розвитку ринку криптовалют в Україні. *Бізнес Інформ*. 2017. № 8. С. 254-258
4. Давидова І. В. Технологія блокчейн: перспективи розвитку в Україні. *Часопис цивілістики*. 2017. № 26. С. 38-41
5. Мобільний застосунок Дія завантажили 5 млн українців. URL: <https://www.ukrinform.ua/tag-dodatok-dia> (дата звернення: 25.05.2021)
6. Про Програму діяльності Кабінету Міністрів України : Постанова Верховної Ради України від 04.10.2019 р. № 188-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/188-20> (дата звернення: 25.05.2021)
7. Cryptocurrencies: Time to consider plan B: PwC. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pwc.com/us/en/cfodirect/publications/point-of-view/cryptocurrency-bitcoin-accounting.html> (дата звернення 02.06.21)

ОПЕРАТИВНИЙ ОБЛІК В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Овдій О. В.,

*старший викладач кафедри обліку і аудиту
Національний університет харчових технологій*

На сьогодні, не зважаючи на суцільну діджиталізацію всіх сфер життя та ведення бізнесу, бухгалтерський облік є однією з найважливіших ланок управління будь яким підприємством.

Сучасна система обліку розрізняє наступні його види: оперативний, статистичний та бухгалтерський. При зародженні самого поняття «облік» та, в подальшому, при розвитку системи господарського обліку всі фінансові відносини та розрахунки між сторонами облікового процесу носили виключно оперативний характер. Тобто, облік надавав поточну інформацію певному колу користувачів для оперативного прийняття управлінських рішень. В більш широкому розумінні, господарський облік надає аналітичну та статистичну інформацію для аналізу, оперативного планування, розробки нормативної документації, контролю та інших функцій оперативного управління. Всі види господарського обліку щільно пов'язані між собою та доповнюють один одного.

Оперативний облік ще за свого виникнення та становлення охоплював первинні торговельні відносини, розрахунки, відбивав облік виробничих процесів, облік технічного прогресу (застосування, зберігання та використання нових технічних засобів ведення господарської діяльності підприємства). Тому можна сміливо говорити, що сформована роками система господарського обліку має першоджерелом або «підмур'ям» саме оперативний облік. Оперативний облік на сьогодні відображує різні види господарської діяльності підприємства в процесі відтворення. Він надає керівним ланкам оперативну інформацію щодо забезпечення матеріальними ресурсами, стан технічного забезпечення підприємства, виконання планових обсягів виробництва та, відповідно, виконання плану реалізації продукції, використання різних ресурсів підприємства, оперативний розрахунок калькуляції продукції і визначення впливу на собівартість різних елементів витрат та, в кінцевому розрахунку, визначення фінансових результатів функціонування підприємства, розрахунок та використання прибутку. В деяких наукових джерелах такий облік називають ще оперативно-технічним зважаючи на обсяг охоплення об'єктів відображення.

Оперативний облік є дуже важливим в харчовій промисловості враховуючи специфіку виробництва. Як відомо, харчова промисловість є дуже матеріаломісткою і велику питому вагу вартості готової продукції займають виробничі матеріальні витрати. Загальна сума цих витрат впливає на розрахунок собівартості готової продукції та, в подальшому, на обсяг реалізації і фінансовий результат. Тому, спостерігаючи, аналізуючи та регулюючи саме ці витрати підприємство оперативно може знайти додаткові джерела збільшення прибутку. Перш за все, це стосується галузей харчової промисловості, які працюють за передільним методом і використовують поняття «напівфабрикати власного виробництва» (кондитерська промисловість, хлібопекарська,

м'ясопереробна тощо). Дуже важливо правильно оцінити та оперативно врахувати втрати таких напівфабрикатів. Адже ці розрахунки можуть в подальшому призвести до викривлення інформації стосовно витрат підприємства та до прийняття невірних управлінських рішень.

Сам оперативний облік цінують за швидкість отримання та опрацювання інформації. Майже всі структурні підрозділи підприємства ведуть оперативний облік або користуються даними оперативного обліку (відділ кадрів в розрізі обліку робочого часу, виходу на роботу, простоїв; матеріальні склади обліковують щоденні витрати сировини та матеріалів, виробничі цехи постійно ведуть контроль виробітку тощо). Оперативний облік дозволяє швидко опрацьовувати отриману інформацію та складати оперативну звітність.

Такі характеристики оперативного обліку цінуються керівниками та власниками підприємств різних форм власності перш за все за доступність отриманої інформації, за відображення певних процесів в безпосередній момент їх здійснення, за чітку хронологію подій та за можливість оперативно впливати і корегувати раніше прийняті управлінські рішення.

В наслідок цього у багатьох науковців виникає питання місця оперативного обліку в системі управління підприємством. Як відомо, підприємства харчової промисловості наразі працюють та розвивають свій бізнес в умовах жорсткої конкуренції. Саме для підтримання конкурентоспроможності підприємствам необхідно оперативно реагувати на певні зміни зовнішнього середовища та швидко приймати ефективні управлінські рішення, що мають базуватися на оперативній інформації. Такому процесу й може сприяти чітко організована система оперативного обліку, спостереження та контролю на підприємстві, що дозволить вчасно аналізувати та реагувати на динаміку розвитку підприємства, використання всіх видів ресурсів, процесів виробництва, яка буде забезпечувати безперебійну роботу менеджменту підприємства. В самому процесі управління підприємством вирішуються завдання, які направлені на тенденції позитивної динаміки розвитку діяльності підприємств харчової промисловості. Саме оперативний облік надає можливість визначення та прийняття оптимальних управлінських рішень, які можуть довести до досягнення та приросту планових показників бізнес-процесів підприємства [1].

Але всі ці моменти спостереження, аналізу, оперативного обліку та контролю, як функцій управління підприємством, не можливі без достатньої автоматизації обліку для швидкого відображення господарських процесів, отримання та опрацювання обліково-аналітичної інформації. Але це питання вже потребує практичного вивчення, впровадження та застосування.

Література:

1. Старенька О. М. Оперативний облік у системі управління промисловим підприємством. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2014. № 797 С. 140–146.

2. Тігова Т.М., Селіверстова Л.С., Процюк Т.Б. Аналіз фінансової звітності: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2019. 268 с.

3. Яворов В. В. Роль облікової інформації в управлінні підприємством. *Облік і фінанси АПК*. 2009. № 2. С. 73–76

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Осадча Г. Г.,

к.е.н., доцент

Національний університет харчових технологій

Обліково-інформаційне забезпечення – одна із найважливіших функцій управлінського обліку, виконання якої є визначальним фактором обґрунтованості якості управлінського рішення і ефективності системи управління.

Стратегічні управлінські рішення – це управлінське рішення, що орієнтовані на майбутнє, характеризуються значною невизначеністю та високим рівнем ризику, пов'язані з залученням значних ресурсів та носять інноваційний характер.

Прийняття стратегічних управлінських рішень на підприємствах, перш за все, стосується освоєння нових технологій та видів продукції, зміни форми власності, впровадження інновацій [1].

Підготовка і прийняття стратегічних управлінських рішень на всіх етапах пов'язані з формуванням стратегічної інформації. В процесі її збору і обробки до обліку висувуються наступні вимоги: забезпечення повноти, тобто ведення обліку за всіма підсистемами управління; забезпечення динамічності, тобто облік показників в динаміці і використання результатів обліку для аналізу; забезпечення системності, тобто облік показників системи управління у взаємозв'язку з зовнішнім середовищем (макросередовище країни, інфраструктура регіону, мікросередовище фірми); автоматизація обліку на основі комп'ютерної техніки; забезпечення співставної інформації і перспективності обліку; використання результатів обліку в стимулюванні якості праці.

Процес прийняття управлінського рішення складається з двох взаємопов'язаних процесів – процесу планування і процесу управління. Планування, окрім всього, включає здійснення вибору варіанту із можливих і його реалізацію.

Стратегічний управлінський облік необхідний для задоволення потреб стратегічного менеджменту. Облікова система може забезпечити потреби менеджменту різними способами:

- використання даних обліку для аналізу ринків, на яких буде діяти компанія;

- надання ключової інформації, пов'язаної з вибраними стратегіями;

- забезпечення зворотного зв'язку з досягнутими результатами і їх узгодження зі стратегічними цілями;

надання інформації про довгострокові наслідки різних напрямків дії [2].

Процес управління націлений на вимір досягнутих результатів і їх корегування, що дозволяє в кінцевому реалізувати обраний варіант стратегії згідно прийнятого плану.

Процес прийняття рішення включає наступні етапи.

Етап 1. Визначення цілей.

Етап 2. Пошук альтернативних варіантів дій (стратегій).

Етап 3. Збір даних, пов'язаних з альтернативами вибору.

Етап 4. Вибір із множини альтернативних дій.

Етап 5. Реалізація прийнятих рішень.

Етап 6. Порівняння фактичних і запланованих результатів.

Етап 7. Корегування виявлених відхилень від плану.

Традиційна схема формування інформаційного забезпечення прийняття стратегічних управлінських рішень, на наш погляд, включає дві підсистеми:

1. Облікова підсистема: дані фінансового обліку; дані управлінського обліку; дані статистичного обліку; дані податкового обліку.

2. Поза облікова система: дані відділу постачання; дані відділу маркетингу; дані економічних служб; дані виробничих цехів тощо.

Обліково-аналітичне забезпечення процесу прийняття стратегічного управлінського обліку на підприємстві передбачає збір, узагальнення і подання інформації особам, що приймають стратегічні рішення. За традиційної системи подання інформації менеджеру вищого рівня доводиться аналізувати окремі, часто не пов'язані, дані одержані з різних джерел. Доцільно щоб стратегічна управлінська інформація накопичувалась у єдиному центрі стратегічного моделювання (ЦСМ). Створення ЦСМ дозволить формувати і аналізувати показники ефективності при розробці тієї чи іншої стратегії, не перевантажуючи зайвою інформацією. Організаційно-інформаційна функція ЦСМ реалізується в результаті перегляду напрямків руху потоків інформації і створення єдиного центру обробки даних для прийняття стратегічних управлінських рішень.

Прогнозно-планова функція реалізується в тому, що ЦСМ оперує таким інструментом стратегічного управлінського обліку, як стратегічне бюджетування. Важливим також є реалізація ЦСМ вартісної та регулюючої функцій.

Науково-обґрунтоване інформаційне забезпечення прийняття стратегічних управлінських рішень на підприємстві дозволить створити ефективні механізми обробки інформації, націленої на реалізацію стратегічних цілей підприємства.

Література:

1. Бойчук В.А., Проскурович О.В. Методи прийняття стратегічних управлінських рішень. *Інноваційна економіка*. 2013. № 8. URL: http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/7416/1/inek_2013_8_49%D0%91%D0%BE%D0%B9%D1%87%D1%83%D0%BA%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80.pdf (дата звернення: 21.10.2021).

2. Уорд, К. Стратегический управленческий учет: пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. - 448 с: ил.

АСПЕКТИ ОБЛІКОВО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ АРХІТЕКТУРИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СУЧАСНОГО ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Темчишина Ю. Л.,

к.е.н., доцент

Національний університет харчових технологій

Сучасний період соціально-економічного розвитку України, який характеризується посиленням глобальної конкуренції, інтеграцією України у світове господарство, потребує передбачення майбутнього і прогнозування перспектив розвитку.

Прогнозування розвитку промислового підприємства можна здійснювати використовуючи Форсайт-технології. Форсайт відповідає на питання: на що буде схоже майбутнє підприємства, яке функціонує на хвилі турбулентних змін ринкового простору, і дозволяє бачити все по-новому, в більш якісному інформаційно-знаннєвому вимірі його продуктивного розвитку.

Горизонтом прогнозу можна назвати ту межу, за якою наше знання змінюється незнанням. На наш погляд, три роки – це досить чітко виражений термін, в межах якого можливе бачення ситуації в її основних деталях. В межах трьохріччя можна припускати, що світ буде тим же і діятимуть визначені правила. Складовою ефективного керування є передбачення, а передбачення в свою чергу формує дії.

Відправною точкою-координатою прогнозування і передбачення слугує обліково-інформаційний базис. З обліково-інформаційного базису розпочинається «родовід» інформаційно-аналітичного та прогнозного забезпечення управління підприємством будь-якої форми власності та масштабів господарської діяльності.

Етапи формування облікової інформації для управління на рівні підприємства включають: визначення потреби в інформації; узгодження прийняття рішень з обліковою політикою, бухгалтерською практикою та наявними технологіями ведення бізнесу; впровадження облікових технологій; технології консолідації облікової інформації.

Дослідження сучасної інформаційно-аналітичної діяльності в системі управління підприємством свідчить про тотальність інформаційно-технологічних змін, які не залишають сучасним підприємствам іншого виходу, ніж рухатися шляхом цифровізації, яка формує нові можливості в забезпеченні сталого розвитку підприємства. Таким чином, сучасне управління розвитком підприємства характеризується надзвичайним збільшенням інформаційних потоків.

За аргументацією науковця В. Семанюк становлення інформаційної економіки супроводжується необхідністю розвитку стратегічних та соціальних

аспектів облікової науки, а інноваційно-знаннєва економіка вимагає розвитку обліку як системи створення інформації.

На наш погляд, бухгалтерський облік як продуцент інноваційно-знаннєвого контексту повинен стати комунікаційним ядром якості інформації для інформаційно-аналітичного забезпечення управління прогресивним розвитком підприємства зокрема прогностичного інструментарію.

Комунікація – це соціально зумовлений процес передачі та сприйняття інформації в умовах міжособистісного та масового спілкування різними каналами за допомогою різних комунікативних засобів (вербальних і невербальних). В цьому контексті управлінські комунікації – це стійка соціальна взаємодія учасників управлінської системи, що є комплексом комунікативного обміну повідомленнями, знаннями, інформацією для вирішення управлінських завдань, досягнення цілей, реалізації стратегій.

На наш погляд, Форсайт це особлива функція сучасного управління організаційними структурами бізнесу в умовах інформаційно-комунікаційної взаємодії щодо прогнозування векторного розвитку підприємства.

Комунікативний контекст інструменту Форсайт визначає максимізацію якості прогнозу розвитку підприємства.

Отже, в універсальній внутрішньогосподарській системі, що характеризується впорядкованістю управлінського процесу, організацією процесу управління в комплексі взаємодії функціональних підрозділів, доцільно застосовувати сучасний новітній інструмент Форсайт з метою практичної реалізації прогнозування та практичного аналізу прогресивного розвитку підприємства.

Література:

1. Актуальні проблеми прогнозування розвитку соціально-економічних систем : монографія / за ред. О. І. Черняка, П. В. Захарченка. Мелітополь : Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2019. 456 с.
2. Мельник Л.Г. Анатомія фазових переходів в економічних системах: підприємство, регіон, макроекономіка. *Механізм регулювання економіки*. 2019. №1. С. 3 – 29.
3. Фандєєв М.Ю. Удосконалення єдиної інформаційно-аналітичної системи, що реалізує державну політику у сфері зайнятості населення та трудової міграції в Україні. *Філософія публічного управління*. 2018. №2. С. 71 – 74.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ХМАРНОЇ БУХГАЛТЕРІЇ, ПЕРЕВАГИ Й НЕДОЛІКИ

Худолій Д. Ю.,

Національний університет харчових технологій

Розвиток технологій безперервно поліпшує та спрощує наше життя. Світова епідеміологічна ситуація тільки прискорила цей розвиток та трансформацію. Через карантинні обмеження багато людей втратили доступ до

своїх робочих місць і компаніям довелося створювати кардинально нові умови праці своїх робітників. Ці нові умови включають в себе організацію віддаленої координованої роботи, налагодження методів для її впровадження. Деякі сфери праці стали принципово новими і вже ніколи не повернуться до старого формату роботи. Бухгалтерський облік теж вже одною ногою «у невагомості».

Теоретичною базою для опису даної теми стали сучасні статті та аналіз тенденцій цифрового світу 2020-2021 р.р.

Хмарні технології є однією з останніх інноваційних технологічних досягнень. Хмарні технології являють собою віддалені сервери в мережі Інтернет, які використовуються для обробки та подальшого зберігання інформації. Термін «хмарна бухгалтерія» виник ще в 2010 році і набув широкого поширення завдяки простоті використання технології. Для того щоб почати використовувати дану технологію, робітнику бухгалтерської сфери необхідно придбати доступ до Інтернет-програми, яка дозволить переведення й підвищення продуктивності робочого процесу в режимі онлайн.

Перевагами користування технологією «хмарної бухгалтерії» є:

- 1) Спрощення процесу формування первинної документації;
- 2) Значно доступніший процес розрахункових операцій податкові виплат на обов'язкове страхування;
- 3) Прискорення процесу формування статистичних даних для подальшого функціонування компанії;
- 4) Можливість тимчасової «оренди» програмного забезпечення, без покупки ліцензії;
- 5) Відсутність необхідності налаштування і постійного оновлення програм, встановлених на персональному комп'ютері;
- 6) Саме обладнання в процесі роботи не навантажується, не зношується, що означає відсутність необхідності постійного переходу на більш дорогий комп'ютер з потужнішими технологічними характеристиками;
- 7) Підвищення мобільності співробітників. Тепер вони можуть працювати не лише з дому, а й вільно переміщуватись між офісами, не перериваючи робочий процес.

Проте, не дивлячись на ряд вагомих переваг, дана технологія має й недоліки, які можуть негативно впливати на робочий процес і його результат. Наприклад, можливість збоїв в системі та Інтернет-з'єднанні. Також існує потенційний ризик порушення конфіденційності збережених даних, які при використанні «хмари» потрапляють безпосередньо в Інтернет.

Використання «хмарної бухгалтерії» набирає все більшу популярність серед південних країн, так як для багатьох бізнес-проектів є ефективним способом заощадження капіталу та підвищення продуктивності співробітників. На жаль, на території України ця технологія все ще не є широко поширеною в силу сумнівів в її ефективності, безпечності та зручності.

Література:

1. Саніна А.В., Калущка Н.А. Хмарна бухгалтерія – крок у майбутнє. Белгород, 2021. С. 1-2.

ОСОБЛИВСТІ ОБЛІКУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ОРЕНДИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Чернелевський Л. М.,

*к.е.н., професор кафедри обліку і аудиту
Національний університет харчових технологій*

Шило М.,

Національний університет харчових технологій

В умовах ринкової економіки Україна стала на шлях глибоких соціально-економічних перетворень, необхідною умовою успішного здійснення яких є розвиток підприємницького сектору. Але для цього необхідно використовувати альтернативні методи фінансування витрат на оновлення матеріальної бази і реструктуризацію виробництва. Однією з таких альтернатив може стати фінансова оренда. Саме фінансова оренда може значно поживати процеси створення нових підприємств, оновлення існуючого технічного забезпечення підприємств [1]. Тому питання обліку фінансової оренди є досить актуальним.

Питанню обліку операцій з фінансової оренди присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, серед яких: І. А. Бланк, Р. Брейлі, В. А. Горемикін, М. Я. Дем'яненко, Н.П. Кондраков, Г.Г. Кірейцев, О. Г. Луб'яницький, Н. С. Рязанова, Н. Г. Слав'янська, Я. Б. Усенко.

Бухгалтерський облік фінансової оренди в Україні регламентує П(С)БО 14 «Оренда». Відповідно до нього фінансова оренда – це оренда, що передбачає передачу орендарю всіх ризиків та вигод, пов'язаних з правом користування та володіння активом. Оренда вважається фінансовою за наявності хоча б однієї з наведених нижче ознак [2] : орендар набуває права власності на орендований актив після закінчення строку оренди; орендар має можливість та намір придбати об'єкт оренди за ціною, нижчою за його справедливую вартість на дату придбання; строк оренди становить більшу частину строку корисного використання (експлуатації) об'єкта оренди; теперішня вартість мінімальних орендних платежів з початку строку оренди дорівнює або перевищує справедливую вартість об'єкта оренди; орендований актив має особливий характер, що дає змогу лише орендареві використовувати його без витрат на його модернізацію, модифікацію, дообладнання; орендар може подовжити оренду активу за плату, значно нижчу за ринкову орендну плату; оренда може бути припинена орендарем, який відшкодовує орендодавцю його втрати від припинення оренди.

Бухгалтерський облік фінансової оренди має свої особливості як у орендаря, так і у орендодавця. Розглянемо особливості у кожного з них.

Орендар відображає в бухгалтерському обліку одержаний у фінансову оренду об'єкт одночасно як актив і зобов'язання за найменшою на початок строку оренди оцінкою: справедливою вартістю активу або теперішньою вартістю суми мінімальних орендних платежів. Об'єкт оренди відображаємо по дебету субрахунків рахунку 10 «Основні засоби» у кореспонденції з кредитом субрахунка рахунку 531 «Зобов'язання з фінансової оренди». Амортизація об'єкта фінансової оренди нараховується орендарем протягом періоду

очікуваного використання активу. Періодом очікуваного використання об'єкта фінансової оренди є строк корисного використання (якщо угодою передбачено перехід права власності на актив до орендаря) або коротший з двох періодів – строк оренди або строк корисного використання об'єкта фінансової оренди (якщо переходу права власності на об'єкт фінансової оренди після закінчення строку оренди не передбачено). Затрати орендаря на поліпшення об'єкта фінансової оренди (модернізація, модифікація, добудова, дообладнання, реконструкція тощо), що приводять до збільшення майбутніх економічних вигод, які первісно очікувалися від його використання, відображаються як капітальні інвестиції, що включаються до вартості об'єкта фінансової оренди. Такі витрати відображаються на рахунку 15 «Капітальні інвестиції».

Орендодавець відображає в бухгалтерському обліку наданий у фінансову оренду об'єкт як дебіторську заборгованість орендаря в сумі мінімальних орендних платежів і негарантованої ліквідаційної вартості за вирахуванням фінансового доходу, що підлягає отриманню, з визнанням іншого доходу (доходу від реалізації необоротних активів). Одночасно залишкова вартість об'єкта фінансової оренди виключається з балансу орендодавця з відображенням у складі інших витрат (собівартості реалізованих необоротних активів).

Фінансова оренда має свої переваги і недоліки. На нашу думку основними перевагами є: відсутність застави та поручителів; можливість отримати техніку і обладнання в користування без значного відволікання грошових коштів з обороту; об'єкт фінансової оренди зараховується на баланс орендаря та на нього нараховується амортизація; дає можливість випробовувати машини, а потім їх купити; орендні платежі відносяться на собівартість продукції в повному обсязі, що знижує податок на прибуток.

Основними недоліками є: складна організація угоди з фінансової оренди через значну кількість учасників; науково-технічний прогрес робить об'єкт фінансової оренди застарілим під час фінансової оренди; орендні платежі не припиняють до завершення угоди; операції з фінансової оренди є досить ризиковою справою і мають специфічні ризики: фінансові ризики; ризик несплати орендних платежів; проектні ризики; майновий ризик, пов'язаний з утратою, пошкодженням предмета оренди; ризик неповернення предмета оренди. Однак попри наявні недоліки фінансової оренди українські підприємства все більше користуються нею.

Отже, основним особливостями обліку фінансової оренди є те, що об'єкт оренди зараховується на баланс орендаря і всі ризики і права з його використання переходять до нього, а орендавець одночасно списує об'єкт оренди з свого балансу.

Література:

1. Приймак Н.В. Фінансовий лізинг в Україні: загальна характеристика та сучасні тенденції розвитку. *Сучасні тенденції фінансового ринку*. 2011.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 14 «Оренда»: Наказ Міністерства фінансів України від 10 серпня 2000 р. N 487/4708.

СЕКЦІЯ 2

ТЕНДЕНЦІЇ І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

МЕТОДИКА ЗДІЙСНЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО БЕНЧМАРКІНГУ

Басюк Т. П.,

к.е.н., доцент

Національний університет харчових технологій

Стратегічне управління будь-яким підприємством у ринковому середовищі зосереджується на трьох головних питаннях:

- 1) які позиції підприємство займає сьогодні;
- 2) якого становища воно прагне досягти в майбутньому;
- 3) яким способом це найкраще зробити.

Вихідним пунктом стратегічного управління і аналізу є правильне встановлення позиції підприємства на ринку, оцінка показників його фінансово-господарської діяльності, сильних і слабких сторін. Для цього важливо правильно встановити базу і критерії порівняння, адже стратегічна позиція підприємства у ринковому середовищі – це його позиція щодо конкурентів.

Одним із ефективних методів конкурентного аналізу є бенчмаркінг, який передбачає здійснення стратегічного планування і аналізу не від досягнутого, а відповідно до досягнень конкурентів. Тобто за допомогою стратегічного бенчмаркінгу можна визначити цілі та орієнтири для розробки стратегії підприємства.

Найбільшу перевагу від застосування стратегічного бенчмаркінгу отримують компанії, що раніше не проводили систематичний і детальний аналіз конкурентів та ті, що функціонують у галузях з високим рівнем конкуренції та мінливим діловим оточенням.

На першому етапі бенчмаркінгу, як правило, здійснюється порівняння з кількісними (фінансовими) показниками конкурентів, а саме частка ринку, темп зростання ринкової частки, прибутковість інвестованого капіталу. Група «бенчмарк» може складатись з 5-7 основних конкурентів.

Другий етап бенчмаркінгу – аналіз стратегій поведінки конкурентів на ринку. Такий аналіз можна здійснити отримавши відповіді на наступні запитання: на яких сегментах ринку концентрується конкурент; яку стратегію використовує; який обсяг інвестицій вкладено в певний ринок чи сегмент (вкладання у виробничі потужності, маркетинг, мережу постачання, дослідження і розробки); у чому полягають переваги конкурента або за рахунок чого він досягає успіху (якість, технічні параметри продукції, низька собівартість, розвинута мережа постачання, сучасна і потужна система управління, кваліфікований персонал, передові технології тощо)

На третьому етапі стратегічного бенчмаркінгу на основі визначених кількісних показників виділяють найкращих конкурентів на ринку і виявляють ті аспекти їхніх стратегій, що найтісніше пов'язані з досягнутими ними позитивними результатами.

Результати стратегічного бенчмаркінгу досить часто мають самостійне значення для посилення окремих сторін поточної стратегії, але у більшості випадків їх недостатньо для повноцінного стратегічного аналізу. Бенчмаркінг

може розглядатись як важливий інструмент збирання цінної інформації, в тому числі стратегічної, що потім використовується в різних моделях стратегічного аналізу.

Понад 40% найбільших корпорацій світу свою успішну діяльність пов'язують із застосуванням різних видів бенчмаркінгу. Серед них: Walmart (US), State Grid (China), Amazon.com (US), China National Petroleum (China), Sinopec Group (China), Apple (US), CVS Health (US), Toyota Motor (Japan) тощо [1].

В Україні бенчмаркінг застосовується такими великими компаніями як ЗАТ «Оболонь», компанія «Roshen», Державне підприємство аеропорт «Бориспіль», Державне управління персоналу та інші. Першим прикладом застосування бенчмаркінгу в Україні можна вважати сертифікацію системи якості підприємства відповідно до стандартів Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), що сприяє підвищенню конкурентоспроможності української продукції, яка виходить на міжнародний ринок. Якщо процес сертифікації вважати бенчмаркінговим процесом, то ті підприємства, що запровадили систему якості ISO, мають в своїй практиці використання відповідного методу стратегічного управління.

Література:

1. Declan Harty. These companies made the biggest jumps on this year's Fortune Global. August 4, 2021 <https://fortune.com/2021/08/04/companies-rising-global-500/>

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ НАПРЯМКІВ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО СВИНАРСТВА

Ємцев В. І.,

д.е.н., професор кафедри економіки праці та менеджменту

Ємцева Г. Ф.,

*старший викладач кафедри економіки і права
Національний університет харчових технологій*

Основою збалансованого харчування населення є, передусім, рівень споживання м'яса, як основного джерела повноцінних білків тваринного походження, які містять незамінні амінокислоти, високий вміст біоусваємих мінеральних речовин, вітамінів, що майже повністю засвоюється організмом людини. У забезпеченні споживачів м'ясом та м'ясопродуктами особлива роль належить підприємствам мясопродуктового підкомплексу АПК України.

У цілому мясопродуктовий підкомплекс АПК України являє собою складну біолого-виробничо-економічну систему, що формується під впливом природно-кліматичних та STEEPLE-факторів і вирішує дві основні задачі:

- забезпечення населення країни доступним продовольством у кількості, необхідній для активного, здорового життя.
- наповнення державного бюджету податками, у тому числі через стимулювання розвитку бізнесів у вирощуванні, переробці, торгівлі м'ясом.

Основою м'ясопродуктового підкомплексу АПК є галузь тваринництва, яка складається з підгалузей скотарства, свинарства та птахівництва, в яких відбувається виробництво м'яса та іншої продукції і від ефективності функціонування яких залежить результативна та ефективна робота як переробних підприємств, так і всього підкомплексу в цілому [1].

За період, що досліджувався, відбулись також зміни у структурі світового виробництва м'яса за його видами. Так у 1990 р вона була наступною: свинина – 38,52%, яловичина – 28,4%, м'ясо птиці – 22,22%, інші види м'яса – 21,18%, У 2020 р вона мала наступний вигляд: свинина – 32,38%, яловичина – 21,17%, м'ясо птиці – 39,44%, інші види м'яса – 6,94%. Зумовило такий перерозподіл те, що за цей період виробництво яловичини зросло лише на 39,73%, тоді як свинини – 57,57% рази, а м'яса птиці – в 3,3 рази [1,2].

Завдяки великій плодючості свиней, високої віддачі від корму, відносно короткому терміну досягнення тваринами забійної маси, а також відмінними смаковими якостями і широкому діапазону використання свинини – свинарство стало однією з основних галузей тваринництва щодо вирішення проблеми забезпечення населення планети м'ясом.

Під впливом змін, що відбулися в АПК, багато свинарських комплексів і ферм промислового типу, які відігравали значну роль у забезпеченні свининою переробних підприємств та населення, припинили виробничу діяльність. Як наслідок, в Україні значно скоротилося поголів'я свиней. Так якщо у 1990 р їхня кількість становила 19 427 тис. гол., або в розрахунку на 100 га ріллі – 59,0 гол., то у 2020 р. – 5727 тис гол або 17,8 голів на 1 га – відповідно. Це найнижче поголів'я свиней за всю сучасну історію України. Частка України у світовому поголів'ні свиней у 2020 р склала 0,59 % (у 1990 р – 2,27%), у світовому виробництві м'яса свинини – 0,63% (у 1990 – 8,6%) [1,3]. Виробництво свинини, в розрахунку на одну особу в рік, скоротилось з 30,36 кг у 1990 р. до 18,8 кг/люди в рік – у 2020 р, або на 38,1 %. За цей час питома вага свинини у загальному обсязі виробництва м'яса зменшилася з 36,16% у 1990 р до 28,12% – у 2020 р [1,3].

Результати дослідження свідчать, що у 2010 р в Україні нараховувалось 4992 господарств, що займались свинарством, з яких 104 (2,1 % від їх загальної кількості) мали поголів'я більше 500 голів і які утримували 43,9% їх загального поголів'я. У 2020 р, з 1437 господарств, що в Україні займались свинарством вже 144 підприємства поголів'я свиней більше 5 тис і які утримували 77,3% їх загального поголів'я.

Аналіз результатів проведеного дослідження свідчить, що підприємства галузі поступово укрупнюються, консолідується, скорочується кількість дрібних учасників ринку. З урахуванням скорочення загальної кількості підприємств лише за останні п'ять років частка підприємств з поголів'ям більше 5 тис збільшилася з 5,5% до 10% від їх загальної чисельності. З бізнесу йдуть господарства, в яких поголів'я свиней менше 1 тис голів, частка яких у 2010 р складала 87% від загальної кількості (у 2020 р – 72,6%). Причиною тому, низька продуктивність тварин, значні витрати ручної праці, а також великі витрати на засоби виробництва, корми, лікарські препарати, паливо і енергію, низькі, в

порівнянні з витратами, закупівельні ціни, наявність інфляції - все це призводило і призводить до постійного росту собівартості продукції, зниження рівня рентабельності та конкурентоспроможності підприємств всього м'ясопродуктового підкомплексу АПК. Для великої кількості малих та середніх сільгоспвиробників існуючий рівень фактичних витрат у свинарстві та рівень закупівельних цін на свинину не дає змоги забезпечити навіть просте відтворення.

При цьому усі переваги були саме на стороні вертикально інтегрованих холдингів які могли контролювати ціноутворення, за умов забезпечення підприємств з вирощування свинини кормами власного виробництва.

Це підтверджується результатами проведеного дослідження. Так поголів'я у підприємствах ТОП-55 (з 1437 підприємств) станом на початок 2020 р сягнуло 2,17 млн голів (+0,2 млн голів) та 60% промислового поголів'я свиней в Україні. При цьому, сукупна реалізація живця на забій за підсумками 2020 р становила 380 тис. т. Вона збільшилась на 6% проти 2019 р і склала 73% від загальної промислової пропозиції свинини в країні.

Таким чином, в умовах що склалися у вітчизняному свинарстві, основним резервом резерв для підвищення його ефективності полягає Література в інтенсифікації процесів кооперації та вертикальної інтеграції між виробниками та переробниками.

Література:

1. Структурно-динамічні зміни у виробництві продукції агропромислового комплексу./ Управління розвитком підприємств в умовах трансформації економічних відносин: колективна монографія / [Баталова О.А., Бергер А.Д., Березяко Т.В. та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. Ємцева В.І. К.: ЦП «КОМПРИНТ», 2019. 400 с.

2. Biannual report on global food markets URL: <https://www.fao.org/news/story/ru/item/1411351/icode/> (дата звернення 04.10.2021).

3. Статистичний збірник «Тваринництво України. 2020». URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 14.09.2021).

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ТРАНСФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Ємцев В. І.,

*д.е.н., професор кафедри економіки праці та менеджменту
Національний університет харчових технологій*

Функціонування економіки будь-якої країни неможливе без ефективної банківської системи, яка забезпечує функціонування грошового ринку, активно обслуговує і впливає на всі економічні та соціальні процеси, що відбуваються в державі та виступає важливою складовою забезпечення інвестиційних процесів. Статус рушійної сили економіки банківські установи отримали завдяки поєднанню ними функцій фінансових посередників, інвестиційних установ, концентрації фінансових ресурсів з їх подальшим перерозподілом між

державою, суб'єктами господарювання та домогосподарствами, шляхом направлення кредитних потоків в пріоритетні галузі економіки.

Банківська система грає важливу роль у формуванні економічних відносин між суб'єктами грошового ринку, формуючи основу кредитної системи країни та концентруючи основну частку її ресурсів. Тому всі явища, що відбуваються в економіці найбільш активно та динамічно проявляються у функціонуванні банківської системи [1].

Результати проведених досліджень свідчать, що банківський сектор суттєво послабив умови свого функціонування через наслідки кризи «двох інтервенцій» 2014-2016 рр, - військові події та несприятливі політичні явища (скорочення виробництва, зниження інвестиційної активності). Ці ускладнення розпочалися із загостренням політичної ситуації у 2014 р, які спровокували зменшення зовнішнього та внутрішнього попиту, істотне зниження обсягів виробництва в основних секторах економіки, процеси девальвації, настрої населення щодо купівлі валюти та вилучення коштів з банківського сектору.

Аналіз результатів проведених досліджень дозволяє зробити висновок, що обсяги промислового виробництва в Україні знижувались протягом періоду: 2012 р. – на 0,7%, 2013 р. – на 4,3%, 2014 р. – на 10,1 %. У 2015 р промислове виробництво України зберігало розпочату ще у 2012 р тенденцію до скорочення, і, не зважаючи на уповільнення негативної динаміки, за рік обсяги промислового виробництва в цілому скоротилися на 13,4%. Скорочення обсягів виробництва продемонстрували всі ключові види промислової діяльності. Такий стан речей призвів до скорочення на \$12,3 млрд у 2014 р., міжнародних резервів України з \$17,9 млрд до \$5,6 млрд на кінець лютого 2015 року [2,3,4].

За період 2014-2016 рр припинило роботу 77 комерційних банків, втратило роботу близько 35 тис. кваліфікованих банківських працівників. У закритих банках у вкладників було депозитів на суму 163 млрд грн (приблизно \$6,5 млрд), із них 111 млрд грн у фізичних осіб і 52 млрд грн у бізнесу [4]. В наступні роки цей процес продовжився і на 01.01.2021 р кількість платоспроможних банків склала 73 (рис. 1) [3, 4].

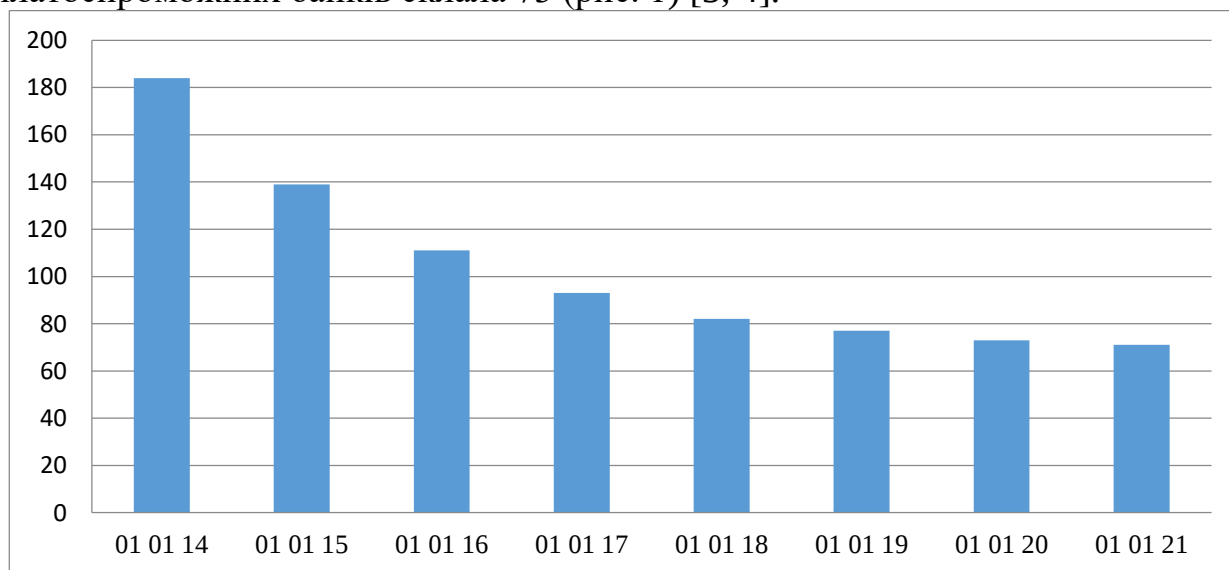


Рис. 1. Динаміка кількості платоспроможних банків в Україні [3,4].

Банківський сектор мав велику частку проблемних кредитів. Значна частина була зумовлена захопленням валютним кредитуванням. А в умовах двох значних девальвацій гривні 2008 та 2015 рр такі кредити ставали непідйомними.

На жаль, на проблеми банків вчасно не реагували, поки не настала межа, коли не реагувати було неможливо, коли довелося провести очищення банківського сектору.

Фонд гарантування вкладів фізичних осіб зміг компенсувати менше ніж половину суми внесків у закритих банках на суму 80 млрд гривень, або понад \$3 млрд. Водночас власні кошти Фонду гарантування вкладів становили лише 14 млрд гривень або біля півмільярда доларів. Понад 60 млрд гривень, або приблизно \$2,5 млрд надійшло на компенсацію втрачених депозитів із державного бюджету. Ці витрати тим самим, по-перше, погіршили фінансовий стан бюджету, а по-друге, створили несправедливий розподіл фінансових ресурсів, які були зароблені одними громадянами, але державою були передані іншим [1,3,4].

Крім того, за період «очищення» понад 1,5 млн людей були змушені отримувати свої депозити через систему компенсації внесків. Через девальвацію гривні (від 8 грн до приблизно 25 грн за долар) внески громадян за два роки знецінилися приблизно втричі. Утім, невиплаченими залишилось понад 30 млрд гривень (понад \$1,2 млрд). Левову частку цієї суми вкладникам скоріш за все сплачено не буде. Кількість постраждалих вкладників перевищує 1 млн осіб. Утрата заощаджень в умовах різкого зниження рівня життя істотно погіршила соціально-політичну ситуацію у країні.

Наслідком дій НБУ у 2014–16 рр. стало зниження показників щільності банківської системи України з 0,4 банків на 100 тис. осіб у 2013 р. до 0,22 – у 2016 р. та 0,18 – у 2020 р [3,4]. Тобто, значення показників щільності стали істотно нижчими за аналогічні показники, характерні для більшості країн із перехідною економікою і тим паче розвинених країн. Важливо зауважити, що значення цих показників мають, як правило, високий ступінь кореляції з темпами економічного зростання. Низький рівень цих показників, а також їх зниження зменшують можливості для країни почати та підтримувати стале економічне зростання.

Література:

1. Структурно-динамічні зрушення фінансового ринку. / Управління розвитком підприємств в умовах трансформації економічних відносин: колективна монографія / [Баталова О.А., Бергер А.Д., Березянка Т.В., та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. Ємцева В.І. К.: ЦП «КОМПРИНТ», 2019. 400 с.

2. Статистичний щорічник України. 2019 год. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

3. Показники банківської системи. Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798 593

4. Офіційний сайт Асоціації українських банків. URL: <http://www.aub.com.ua>.

ВПЛИВ КАРАНТИННИХ ЗАХОДІВ НА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Закревська Л. М.,

к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Національний університет харчових технологій

Зростаюча невизначеність, спричинена пандемією коронавірусу, здійснила безпрецедентний негативний вплив на розвиток агропромислового сектору. Більшість її представників вже постраждали в тій чи іншій мірі, причому деякі компанії харчової промисловості стикнулися зі швидким зростанням попиту на свою продукцію. Натомість влада продовжує запроваджувати регуляторні заходи для мінімізації поширення коронавірусної хвороби, що призводить до стагнаційних проявів в сільському господарстві.

Серед адміністративних заходів, які мали місце під час карантину та безпосередньо вплинули на розвиток сільського господарства, слід назвати закриття ринків в березні-травні 2020 р. Унаслідок таких дій дрібні товаровиробники, які складають основу сільського господарства, були позбавлені можливості реалізувати вирощену продукцію, не отримали коштів для задоволення інших потреб, крім продукції харчування.

Враховуючи, що, за експертними оцінками, саме на продовольчих ринках зазвичай реалізується до 85 % ранніх овочів і ягід [1], це зумовило проблеми із збутом вирощеної продукції, позбавило споживачів джерел постачання продовольчими товарами і поставила у скрутне фінансове становище дрібних фермерів та селян. Також наслідком цього процесу стала бартеризація стосунків у сільській місцевості, а це є однією з ознак кризи галузі.

Великі торгівельні мережі та крупні закупівельні фірми, протягом карантину підвищили ціни на сільськогосподарську продукцію, що було наслідком зменшення попиту з боку населення.

Ситуація, що склалася внаслідок карантинних обмежень, містить загрози, пов'язані з погіршенням рівня продовольчої безпеки України, руйнуванням дрібного аграрного бізнесу, загостренням соціальної напруженості, тінізацією ринку агропродукції, що погіршує можливості протиепідемічного контролю цього процесу, провокує зростання цін на агропродукцію у торговельних мережах, стимулює її імпорт.

Виробники сільськогосподарської продукції також можуть зазнати збитків, враховуючи сильну залежність сектору від імпортного обладнання для захисту рослин (тобто добрив та пестицидів).

Карантинні заходи можуть призвести до нестачі фінансових та матеріально-технічних ресурсів для своєчасного проведення весняно-польових робіт внаслідок обмежувальних заходів щодо переміщення вантажів та працівників, скорочення обсягів виробництва у постачальників ресурсів для сільського господарства. Витрати аграріїв можуть збільшитися внаслідок здорожчання ресурсів та послуг в умовах скорочення їх пропозиції та девальвації національної валюти.

Серед позитивних чинників розвитку галузі, пов'язаних з коронавірусом, варто відзначити повернення в Україну заробітчан – як кваліфікованих, так й некваліфікованих робітників, які можуть бути залучені до сезонних сільськогосподарських робіт й компенсувати традиційний кадровий дефіцит фермерських господарств, зокрема тих, що розташовані в Центральній та Західній Україні. Водночас, у довгостроковій перспективі, внаслідок коронакризи аграрний бізнес втратить багато робочих місць через тенденції максимальної механізації та автоматизації процесів.

Існує також проблема «закриття» багатьох країн у плані експорту сільськогосподарської продукції через піклування про рівень особистої продовольчої безпеки. Через скорочення пропозиції на глобальному харчовому ринку це призвело до загальносвітового зростання цін на певні групи товарів, у тому числі – пшеницю й борошно. Україна офіційно та неофіційно продає зернові за кордон, користуючись нагодою ринкової кон'юнктури, ігноруючи національні інтереси України.

Внаслідок глобальної пандемії та обмежень, пов'язаних з нею, аграрний бізнес стане ще більш значущим для української економіки.

Література:

1. Щодо термінових заходів з підтримки дрібних селянських і фермерських господарств. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-04/fermerski-gospodarstva.pdf> (дата звернення 04.11.2021).

КОНКУРЕНТНІ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ МІНЛИВОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Крайнюченко О. Ф.,

к. е. н., доцент кафедри маркетингу

Бутурлім В. Є.,

Національний університет харчових технологій

В сучасних реаліях, питання конкурентної активності підприємств в умовах нестабільного економічного середовища, постійних та непередбачуваних змін на ринку, непостійності споживчого попиту, а також стрімкого зростання рівня конкуренції та кількості підприємств у галузі, характеризується значною актуальністю. Адже за для виживання та пристосування до таких мінливих умов, підприємствам необхідно систематично утримувати власні конкурентні позиції, шукати нові інструменти, та підвищувати конкурентоспроможність.

Незважаючи на те, що дана тема не є новою, її актуальність станом на сьогоднішній день зростає як у світі в цілому, зокрема під впливом глобалізації та відкритості економіки, світових дисбалансів та акумулювання прихованих системних ризиків, так і безпосередньо в Україні, зокрема за рахунок значного відтоку грошей, девальвації національної валюти та суттєвої інфляції.

До основних опрацьованих матеріалів належать публікації науковців та практиків, вітчизняні та зарубіжні інформаційні ресурси. Методами

дослідження є метод опрацювання інформаційних джерел, метод аналізу причинно-наслідкових зв'язків. Зокрема досліджено методи формування стратегії підвищення конкурентоспроможності, фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства. Надано практичні рекомендації щодо здійснення успішної конкурентної діяльності в умовах мінливого економічного середовища.

Було встановлено, що за сучасних мінливих економічних умов, на ефективність конкурентної діяльності підприємств можуть мати вплив безліч різноманітних чинників, передбачити появу яких заздалегідь буває просто неможливо.

Серед найбільш розповсюджених чинників впливу на конкурентну активність підприємств було ідентифіковано: тиск з боку споживачів, зміна кількості активних гравців на ринку, відкритість ринку та складність виходу із нього, екологічні аспекти, темпи науково-технічного прогресу, державна політика, вплив пандемії. До того ж було встановлено, що дані чинники можуть як знижувати конкурентоспроможність підприємства до фатальних наслідків, так і спонукати їх до пошуку нових можливостей, зміцнення його позицій, виявлення наявних недоліків та загального удосконалення діяльності. В подібних випадках підприємство завдяки оперативному реагуванню може зайняти місце лідера у галузі.

Визначено головні інструменти, які можуть допомогти підприємствам зміцнити свої конкурентні позиції в умовах мінливого економічного середовища, серед них: формування ефективної конкурентної стратегії, ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємства, регулярний аналіз конкретного середовища, ефективне оцінювання власної конкурентоспроможності підприємства та його перспектив, систематичне відслідковування та швидке реагування на зміни.

Серед можливих напрямків стратегічних завдань, які можуть забезпечити підприємству провідну позицію на ринку – розробка принципово нової продукції (використання нових технологій або впровадження нововведень), розробка унікальної продукції, аналогів якої ще немає на ринку, прагнення підприємства до постійних змін, зниження собівартості продукції, фокусування на визначеному вузькому сегменті ринку. Ще одним ефективним методом посилення позицій в процесі конкурентної боротьби, який вже давно активно використовуються підприємствами, зокрема й в умовах нестабільної економіки є бенчмаркінг.

Отже, керівництво компанії, яка спрямовує свої зусилля на зростання власної конкурентоспроможності, має чітко розуміти, що такий процес передбачає зміни та можливі протидії, і відповідно вимагає стратегічного підходу до управління.

Для того щоб здійснити успішну конкурентну діяльність в умовах мінливого економічного середовища, підприємство має враховувати відповідні фактори впливу безпосередньо перед вибором конкурентної стратегії, оскільки важливим підходом до вибору стратегії, а також до обґрунтування програми її здійснення, є саме застосування впливу конкретних факторів на зростання

конкурентоспроможності підприємства. Також варто зазначити, що з метою досягнення більшої ефективності підвищення конкурентоспроможності, окрім вибору відповідної конкурентної стратегії, її розроблення та подальшої реалізації, дану конкурентну стратегію рекомендується систематично коригувати та адаптувати.

Література:

1. Головчук Ю. О., Пчелянська Г. О. Особливості формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі парадигми інноваційного розвитку. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 66–70.

2. Красняк О.П., Мицик В. О. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: <https://cutt.ly/eTar98S> (дата звернення: 08.11.2021).

3. Романюк І. А. Вплив конкурентної боротьби на управління маркетинговою діяльністю сучасних підприємств. *Молодь і сільськогосподарська техніка у XXI сторіччі*: Зб. матер. XVI-й Міжнар. форум молоді. Харків: ХНТУСГ. 2020. С. 206.

ВИБІР ОПТИМАЛЬНОГО МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Крайнюченко О. Ф.,

к. е. н., доцент кафедри маркетингу

Шевчук А. А.,

Національний університет харчових технологій

Відповідно до швидких змін ринкових тенденцій та макросередовища загалом, будь-яке підприємство має періодично аналізувати свої конкурентні позиції, аби вчасно вжити заходів щодо їх покращення та, відповідно, свого стратегічного розвитку загалом. Чисельність методів, які використовуються для визначення конкурентних позицій підприємств доволі велика. Більшість з них можна класифікувати за певними методичними підходами (табл. 1.).

Таблиця 1

Методичні підходи щодо визначення конкурентних позицій підприємств

Методичний підхід	Продуктовий підхід	Операційний підхід	Вартісний підхід	Комплексний підхід
1	2	3	4	5
Сутність методичного підходу	Цей підхід ґрунтується на уявленні про те, що чим вищою є конкурентоспроможність продукції досліджуваного підприємства, тим вищими є його конкурентні позиції	Цей підхід ґрунтується на тому, що конкурентні позиції підприємства визначаються ефективністю організації діяльності його окремих служб (підрозділів)	Цей підхід ґрунтується на тому, що вартість бізнесу розглядається як найбільш комплексна характеристика конкурентних позицій	Цей підхід ґрунтується на визначенні не тільки поточних конкурентних позицій, а і враховує конкурентних потенціал, аби мати змогу визначити ті конкурентні позиції, які підприємство може досягнути

1	2	3	4	5
Переваги методичного підходу	Конкурентоспроможність товару є однією із ключових складових, які визначають конкурентні позиції підприємства	Враховуються усі сторони діяльності підприємства	Підхід забезпечує високий рівень достовірності результатів, є можливість порівняння результатів діяльності кожного СГП, які оцінювалися у рамках визначення загальної вартості бізнесу	Враховується динаміка поточних конкурентних позицій підприємства та його потенціалу, тож можна передбачити за рахунок чого підприємство може збільшити свої конкурентні позиції і вжити заходів щодо покращення сильних сторін та використання ринкових можливостей
Недоліки методичного підходу	Доволі вузький погляд на конкурентні позиції підприємства, адже не розглядаються інші сторони його діяльності	При визначенні конкурентних позицій береться за основу сума можливостей фірми для досягання конкурентних переваг, але сума окремо взятих служб зазвичай відрізняється від результату загальної діяльності підприємства в цілому	Підхід потребує багатьох зусиль, збору великої кількості інформації. Використовується складний математичний апарат, специфічні джерела для проведення розрахунків	Цей підхід об'єднує усі методи, які використовуються у попередніх підходах, тож мають ті ж самі недоліки

Джерело: створено автором на основі [1, с. 195; 3, с. 2; 2, с. 650].

З табл. 1. можна побачити, що окреслені методичні підходи включають в себе оцінювання усіх можливих складових конкурентних позицій підприємства. Розглянемо детальніше методи, які входять до кожного підходу (рис. 1.).

Аналізуючи рис. 1., можна зазначити, що кожен підхід включає в себе декілька об'ємних методів, у свою чергу кожен з яких відповідає за певний напрямок діяльності підприємства.

**Методи підходів щодо
визначення конкурентних
позицій підприємств**

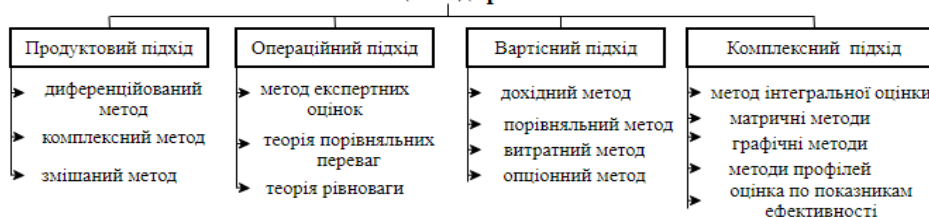


Рис. 1. Методи окреслених підходів щодо визначення конкурентних позицій підприємств

Джерело: побудовано автором.

Отже, якщо підприємству необхідно порівняти свої конкурентні переваги над іншими виробниками галузі, відповідно до конкретного елементу їх діяльності (конкурентоспроможність продукції, ефективність роботи певного підрозділу, фінансова спроможність та ін.), варто обирати продуктовий, операційний чи вартісний підходи. За умови оцінювання конкурентних позицій загалом, підприємствам потрібно використовувати комплексний підхід.

Література:

1. Жданова Е.С. Анализ современных методов определения конкурентоспособности предприятий. *Вісник економічної науки України*. 2018. №1. С. 195-198.
2. Тиханов Е.А., Криворотов В.В., Чепур П.В. Анализ и систематизация методов оценки конкурентоспособности предприятия. *Фундаментальные исследования*. 2016. №10-3. С. 647-651.
3. Хисматуллина А.М., Идиятуллина И.И., Аппакова А.М. Сравнительный анализ способов оценки конкурентоспособности предприятия. *Вестник науки и образования*. 2018. Том 2. С. 1-3.

ПЕРСОНАЛ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС ПІДПРИЄМСТВА

Левченко Ю. Г.,

к.е.н., кафедри економіки і права

Національний університет харчових технологій

Кайданович В. В.,

Національний університет харчових технологій

У сучасному світі персонал, відіграє більш значну та вирішальну роль у діяльності підприємства, враховуючи буденні реалії, керівництву підприємства надається головна роль, щодо регулювання розвитку як персоналу у всіх його проявах та формування структури персоналу, що виступає стратегічним ресурсом підприємства.

Поняття «ресурс» з французької мови – допоміжний засіб, цінності, запаси, все те, що можна використовувати та отримувати певну позитивну віддачу та перетворити в суспільно корисну річ [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Виділяють 3 основні стратегічні ресурси у бізнесі:

1) Фінансовий ресурс – передбачає наявність та акумулювання грошових коштів, що забезпечують розвиток підприємства, запровадження проєктів та удосконалення операційної діяльності підприємства.

2) Якісна інтелектуальна власність – патенти, торгові марки, запатентовані процеси – це те, що дозволяє підприємству нарощувати можливості та мати певні переваги над конкурентами. Персонал в цьому понятті виступає потужним концентратором інтелектуальної власності, що в свою чергу впливає на підтримання та покращення стратегії підприємства в цілому.

3) Якісна робоча сила – стабільний та професійний колектив, надає можливість підприємству утримувати рівень досягнених результатів, розвивати і нарощувати власні ресурси та забезпечувати безперебійну діяльність підприємства [1].

Людський ресурс має декілька тлумачень: а) за Business Dictionary – людський ресурс це той ресурс, що проявляється у знаннях, навичках і мотивації людей [1]; б) за Cambridge Dictionary – персонал, що розглядається, як актив підприємства і може бути використаний або використовується для досягнення поставлених цілей [2].

Ще однією важливою та невід’ємною характеристикою людського ресурсу є людський капітал – це сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми (людиною) певний запас здоров’я, навичок, здібностей, мотивацій, який цілеспрямовано використовується в тій чи іншій сфері суспільства, сприяє зростанню продуктивності праці й завдяки цьому впливає на зростання доходів його власника.

Таким чином, поєднання людського ресурсу та людського капіталу забезпечує використання потенціалу персоналу, як стратегічного ресурсу, що включає в себе підтримку діяльності та розвитку підприємства, що в свою чергу позитивно впливає на техніко-економічні показники підприємства.

Впливаючи на персонал, керівництво підприємства формує певну стратегію щодо його удосконалення та всебічного розвитку, зі своєї сторони працівники (персонал) безпосередньо актуалізують значущість та важливість стратегічного розвитку, та формують потужну систему взаємопов’язаних показників своєї діяльності, які мають пряме відображення у діяльності та результатах роботи підприємства [3].

Персонал як стратегічний ресурс підприємства, виокремлює та розмежовує свою професійну діяльність за для досягнення покращення і певної стабільності фінансових показників підприємства. Персонал як стратегічний ресурс підприємства – є основним цінним ресурсом, що в певній мірі виступає акселератором взаємопов’язаної сукупності ресурсів, які знаходяться в розпорядженні підприємства та мають вирішальне значення для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Література:

1. Business Dictionary: Human Resources [electronic resource]. URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/human-resource.html> (дата звернення: 03.11.2021).

2. Cambridge Dictionary. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/human-resource> (дата звернення: 03.11.2021).

3. Three Basic Strategic Resources in Business. URL: <https://smallbusiness.chron.com/three-basic-strategic-resources-business-47141.html> (дата звернення: 03.11.2021).

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Михайленко О. В.,

*к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Національний університет харчових технологій*

Продуктивне функціонування підприємства передбачає визначення основних орієнтирів підприємницької діяльності. Для цього варто сформулювати стратегічні цілі суб'єкту господарювання на підставі досліджування та узагальнення інформації про внутрішнє і зовнішнє середовище, вивчення якого дає право оцінити дійсність поставлених цілей, передбачити потенціальні зміни і обрати найбільш ефективну стратегію розвитку підприємства.

З метою виявлення провідних чинників середовища і можливих тенденцій їхньої зміни в майбутньому застосовують стратегічний аналіз.

Першорядним питанням вивчення проблем стратегічного управління та стратегічного аналізу середовища присвячена широка кількість наукових праць та публікацій. Цими проблемами займалися як вітчизняні так і зарубіжні науковці серед яких необхідно відзначити І. Ансоффа, З.С.Шершньову, О.С. Віханського, Н. Сарай, В.О.Василенка, П. Друкера, І.С. Левик, Т.В. Головки, М. Портера, Т.І.Ткаченко та багатьох інших.

Але і до сьогодні існує чимала кількість проблем, які не набули достатнього висвітлення та потребують ґрунтовного розгляду.

Стратегічний аналіз – це комплексне дослідження позитивних і негативних чинників, що можуть подіяти на економічне становище підприємства в перспективі, а також шляхів досягнення стратегічних цілей підприємства [1]. Результати проведеного стратегічного аналізу дають право підготувати комплексний стратегічний план розвитку суб'єкта господарювання, втілювати в життя науково-обґрунтовану, розгорнуту і вчасну підтримку прийняття стратегічних управлінських рішень. В результаті проведеного стратегічного аналізу постає системна модель об'єкта (підприємства) та його оточення із подальшим впровадженням.

Системну модель – результат стратегічного аналізу – складають за допомогою дослідження як зовнішнього, так і внутрішнього середовищ підприємства [2]. При цьому відбувається поділ стратегічного аналізу на дві складові частини:

- 1) аналіз зовнішнього середовища;
- 2) аналіз внутрішнього середовища (управлінський аналіз).

Вивчення середовища, як процес визначення критично важливих елементів цих частин, що мають вплив на досягнення цілей підприємством, реалізує ряд важливих функцій в діяльності суб'єкту господарювання:

- з погляду стратегічного планування, поліпшує дефініції найбільш важливих чинників, що впливають на економіку суб'єкту господарювання і його майбутнє;
- з погляду політики підприємства, допомагає йому створити про себе найбільш слушне враження;

- з погляду поточної діяльності, забезпечує інформацією, необхідною для кращого здійснення виробничих функцій.

Порівняльна характеристика застосування стратегічного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища надана в таблиці.

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика застосування стратегічного аналізу
зовнішнього та внутрішнього середовища**

	<i>Стратегічний аналіз зовнішнього середовища</i>		<i>Стратегічний аналіз внутрішнього середовища (управлінський аналіз)</i>
1	2		3
Мета проведення	комплексне дослідження зовнішнього середовища організації (галузі, конкурентів, споживачів, постачальників) для оцінки можливостей і загроз та розроблення оптимальної економічної стратегії на основі вибору серед можливих альтернатив.		процес комплексного дослідження внутрішніх ресурсів та резервів підприємства для системної оцінки його реальних і потенційних можливостей, виявлення внутрішніх стратегічних можливостей та проблем.
Складові середовища	<i>Макросередовище підприємства</i>	<i>Мікросередовище підприємства</i>	Виробництво Маркетинг Фінанси Управління персоналом Організаційна культура
	Політичні фактори Економічні фактори Ринкові фактори Міжнародні фактори Соціальні фактори Технологічні фактори	Ринок робочої сили Постачальники Партнери Конкуренти Споживачі	
Виконавці	комерційний відділ (служба маркетингу)		працівники різних підрозділів (планово-економічного відділу, бухгалтерії або служби внутрішнього аудиту).
Методи використання	SWOT-аналіз зовнішнього середовища; PEST-аналіз; економіко-статистичні методи; методи економіко-математичного моделювання; методи оптимізації		SWOT-аналіз внутрішнього середовища; SNW-аналіз; BCG-аналіз; матриця фірми "General Electric" (McKinsey)
Переваги методик застосованих при проведенні стратегічного аналізу середовища	• наглядне зображення зовнішніх чинників; • сумісне вивчення зовнішніх і внутрішніх чинників; • оцінка вірогідності настання декількох подій.		• визначення конкурентних переваг; • врахування обслуговуючих виробництво чинників; • наявність послідовності дослідження; • комплексний розгляд певного набору продуктів; • простота та наглядність представлення можливих стратегій; • визначені варіанти стратегій; • акцент на якісні сторони аналізу.

1	2	3
Недоліки методик застосованих при проведенні стратегічного аналізу середовища	• статичність методів; • неможливість врахування раптових подій; • суб'єктивізм	• недоступність даних про витрати та інших показників конкурентів; • статичний характер моделей; • обмежена кількість позицій і показників; • обмежене число стратегій; • суб'єктивізм
Фактори середовища	• Орієнтація на ринкове регулювання економіки • Створення в органах державної влади угруповань.	• низка детермінантів, що характеризує основні виробничі можливості підприємства
	• Політика держави в підготовці кадрів для галузі • Рівень інфляції • Скорочення доходів споживачів • Дефіцит державного бюджету • Зростання соціальних вимог населення • Зниження рівня освіти • НТП у сфері виробництва • Розробка і впровадження нових технологій • Розвиток законодавства з питань регулювання підприємницької діяльності • Міграція населення • Скорочення чисельності населення в регіоні	• інноваційний фактор (інновації в управлінні, виробництві, персоналі) • організаційно – структурний чинник (який характеризується рівнем кваліфікованості персоналу, загальною стратегією розвитку підприємства, інтелектуальним потенціалом підприємства, продуктивністю праці, організаційною структурою та методами управління)

Джерело: узагальнено на підставі [1,3,4]

Крім цього про проведенні стратегічного аналізу зовнішнього та/або внутрішнього середовища необхідно проводити всебічну оцінку механізмів і результатів впливу, враховувати різноманітність підходів та умов проведення аналізу.

Таким чином, застосування стратегічного аналізу середовища із врахуванням особливостей суб'єктів та об'єктів дослідження дасть змогу всім учасникам цього процесу формувати ефективну політику розвитку підприємства, яка буде сприяти розвитку та процвітанню бізнесу.

Література.

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия: Пер с англ. / Под ред. Каптуревского Ю.Н. СПб.: Издательство "Питер", 2003. С. 251.
2. Баранівська Х. З., Барвінські Є. С., Фещур Р. В. Функціональний підхід до управління економічною стійкістю підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. № 19. С. 140-150.

3. Володенков С. В. Застосування SWOT-аналізу політичного іміджу в аспекті побудови стратегічної іміджевої концепції. *Вісник Московського університету. Серія 12. Політичні науки : науковий журн.* 2010. № 2. С. 17-35.

4. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. К.: Знання, 2006. С. 164.

ПЕРЕДУМОВИ ЗАСТОСУВАННЯ КЛАСТЕРНИХ ОБ'ЄДНАНЬ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Ніколаєнко С. М.,

*старший викладач кафедри обліку і аудиту
Національний університет харчових технологій*

Розвиток соціально-економічних відносин України обумовлений обранням та впровадженням курсу на євроінтеграцію. При цьому основна увага має бути приділена чинникам, які володіють синергетичним впливом на більш, ніж один рівень економічної системи. Таким чинником можна розглядати кластери промислових підприємств.

Кластеризація суб'єктів господарювання дозволяє об'єднати фінансові, наукові та інші ресурси, що є і наявності у одних та недоступні для інших підприємств на мікро-, мезо- і макро-економічних рівнях.

Питання формування ефективних інтегрованих промислових кластерів досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці. Найбільш помітний внесок у розвиток теоретичних основ їх розвитку зробили М. Портер [3], А. Маршалл, М. Берліант, О. Амоши, В. Гейць, Ю. Голляк, І. Маркович, С. Соколенко [4], С. Циганова та ін

Однак в роботах зазначених авторів, не достатньо досліджено галузеві особливості процесів формування кластерів, зокрема в молочній промисловості. Дослідження та розвиток питань, пов'язаних з вибором типу кластеру, оцінювання доцільності участі підприємств молочної промисловості у кластері і обумовлено вибір теми дисертаційного дослідження, оскільки саме кластерна форма об'єднання дає можливість покращити ефективність роботи підприємств молочної промисловості та забезпечити продовольчу безпеку України.

Метою розвитку підприємств молочної промисловості є раціональне забезпечення населення молочною продукцією, підвищення конкурентоспроможності молочної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринку, підвищення ефективності виробництва молочної продукції.

Створення кластеру підприємств молочної промисловості передбачає проведення ретельного аналізу стану підприємств (потенційних учасників кластеру), галузі та регіону.

При оцінці можливості формування та розвитку кластеру доцільно використовувати сучасні методи дослідження, такі як STEP, SWOT-аналіз, методи експертної оцінки, розрахунки коефіцієнтів локалізації, спеціалізації тощо [1].

За результатами застосування цих методів, було визначено пріоритетні типи кластерів, які дозволяють підвищити товарність та сортність молочної сировини, та на цій основі збільшити обсяги виробництва продукції з високою доданою вартістю, стимулювати попит на молочну продукцію національного виробництва та зменшити обсяги імпорту молочної продукції, підвищити рентабельність виробництва [2].

Визначені критерії розвитку підприємств молочної промисловості в найбільшій мірі досягаються при умові формування агропромислового кластеру.

Територіальний та галузевий кластер в однаковій мірі дозволяють досягти визначених критеріїв, однак міра задоволення часткових критеріїв є різною. Так, територіальний кластер, порівняно з галузевим кластером, дозволяє включити до складу кластера територіально близькі сільськогосподарські, фермерські та селянські господарства, та на цій основі забезпечити вищу товарність та сортність молока [1,3]. Територіальна близькість учасників кластерів дозволяє зменшити заготівельні та транспортні витрати молокопереробних підприємств, а відповідно підвищити ефективність їх діяльності.

За даними розрахунку пріоритетів участі підприємств з виробництва молока в кластерних утвореннях, можна зробити узагальнюючий висновок про те, що кожний із типів кластерів реалізує різні критерії розвитку його учасників. Вибір типу кластеру залежить від економічного стану підприємства з виробництва молока, стратегічної мети його розвитку, прогнозованої динаміки факторного впливу на діяльність виробників молока, прогнозованої тенденції змін в реалізації їх економічних інтересів в результаті участі в кластері.

Отже, створення та функціонування кластерів передбачає орієнтацію та розвиток ефективної стратегічної моделі з метою досягнення певних успіхів суб'єктів господарювання, регіонів, країн, що зуміли сформувати найбільш конкурентоспроможні виробничі системи.

Література.

1. Войнаренко М.П. Кластери в інституційній економіці: монографія. Хмельницький: ХНУ, ТОВ «Тріада-М», 2011. 502 с.
2. Карапетян Е. Модернізація типології промислових кластерів. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2011. Вип. 2 (5). URL: : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11keetpk.pdf>
3. Портер М. Конкуренция / М.Портер; [пер. с англ.]. М: Издательский дом «Вильямс». 2005. 608 с.
4. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці. К. : Логос, 2004. 848 с.

ОСОБЛИВОСТІ ТА ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ФІНАНСОВОЇ ПРОГРАМИ

Редзюк Т. Ю.,

*старший викладач кафедри обліку і аудиту
Національний університет харчових технологій*

Клочко В. С.,

Національний університет харчових технологій

В сучасному житті досить часто відбуваються зміни на макроекономічному рівні, також змін зазнає світова фінансова система. Важливим кроком в розвитку підприємств та їх успішної діяльності є постійний контроль, планування та прогнозування фінансових показників та фінансових ризиків. Таким чином підприємство мусить знайти правильний підхід до формування фінансової стратегії [1, с. 196]. Насамперед, підприємство має вирішити проблеми, що пов'язані із забезпеченням фінансовими ресурсами, які йому необхідні та здійснювати ефективне управління ними.

Питанням розробки та реалізації фінансової стратегії займалася чимала кількість науковців, адже питаання є досить актуальним. Дане питання розкривалося в працях таких вчених та дослідників як: К. Власова, В. Дикань, О. Кирова, О. Зоря, В. Аранчій, Ю. Дворнікова, Ю. Лашко, П. Макаренко, Т. Шевченко, В. Янковська, О. Маковоз та інші. Проте, не дивлячись на таку кількість вчених і, відповідно низки наукових праць, які в собі відображають формування та обґрунтування фінансової стратегії, не визначено єдиного підходу щодо визначення поняття «фінансова стратегія підприємства» [1, с. 196]. Отже, необхідно не зупинятися на досягнутому та досліджувати дану тематику глибше та прийти до єдиного обґрунтування сутності поняття «фінансова стратегія».

Як зазначалося вище, немає єдиного підходу до визначення сутності поняття «фінансова стратегія», тому пропоную розглянути декілька визначень, щоб спробувати знайти єдине рішення, єдиний підхід. За словами К. Мамонова та М. Кадничанського, «фінансова стратегія» - формування системи довгострокових цілей фінансово-господарської діяльності та вибір найефективніших шляхів їх досягнення [2, с.38]. Виділяють основні види фінансової стратегії:

1. Фінансова стратегія зростання досліджується О. Вишневською, М. Одинцовим, О. Коробейниковим. За допомогою даної стратегії отримується позитивний ефект за рахунок розширення ділової активності підприємства за умов стабілізації зовнішнього середовища та ринку, де знаходиться підприємство [3, с. 21]. Основна ідея даної стратегії – зростання обсягу капіталу, збільшення частки ринку та досягнення позитивної динаміки розвитку [4].

2. Фінансова стратегія стабілізації розкривається в працях Д. Гвішіані, В. Щербко та О. Коробейниковим. Вона використовується в разі зниження фінансово-господарських показників, збільшення обсягу довгострокових кредитів, тобто за умов нестабільності фінансово-господарської діяльності

підприємства. Дану стратегію використовують, щоб оптимізувати фінансові ресурси на етапах їх залучення та вкладення, а також для своєчасного попередження нестачі фінансових ресурсів. Отже, стратегію стабілізації доцільно застосовувати для того, щоб урівноважити аспекти фінансової діяльності підприємства [4].

3. Фінансова стратегія виживання розглядалася Х. Віссемом, Е. Коротковим, Д. Гвіашіані. Як видно з назви, дана стратегія використовується за умов надзвичайної кризи підприємства, тобто коли підприємству загрожує стан банкрутства. Стратегія полягає в використанні надшвидких дій на основі точних розрахунків. За допомогою алгоритму певних дій проводиться спеціальний аналіз, після чого виявляються тенденції розвитку підприємства, що тормозять його діяльність; визначається рівень резервів для подальшого розвитку підприємства на перспективу; оцінюється рівень фінансових ризиків [5].

При розробленні фінансової стратегії враховуються інфляція, ризик неплатежів та інші непередбачувані обставини. Не слід виділяти фінансову стратегію як окрему економічну категорію, адже вона є тільки інструментом завдяки якому реалізується загальна стратегія підприємства. Фінансова стратегія орієнтована або на вирішення конкретного завдання, що є найбільш пріоритетним для підприємства, або на довгострокову перспективу [6, с. 47].

Фінансова стратегія включає 2 складові: забезпечувальну та основну. Забезпечувальна стратегія, яку ще називають ресурсною, охоплює заходи, які спрямовані на формування фінансових ресурсів в об'ємі, що необхідний для реалізації стратегічних управлінських рішень. Основна стратегія, яку ще називають цільовою, полягає в раціональному розподілі фінансових ресурсів та їх правильному використанні для досягнення достатнього рівня платоспроможності, ліквідності, фінансової стійкості [1, с. 199].

На загальний період формування фінансової стратегії впливає багато умов. Основною умовою є визначення тривалості періоду, що необхідний для формування загальної стратегії, що дозволить підприємству не стояти на місці та розвиватися. Для підприємства важливою передумовою у визначенні періоду формування фінансової стратегії є вміння спрогнозувати розвиток економіки [2, с. 39]. Також до умов, що визначають період формування даної стратегії належать розмір підприємства, галузь в якій воно функціонує, стадії життєвого циклу.

Процес формування фінансової стратегії підприємства складається з декількох етапів:

- 1 етап: визначення загального періоду формування фінансової стратегії та її реалізації;
- 2 етап: проведення аналізу факторів на макрорівні, тобто аналіз зовнішнього середовища підприємства;
- 3 етап: формування стратегічних цілей та виявлення основної мети фінансової діяльності;
- 4 етап: розробка та планування фінансової політики за різними напрямками фінансової діяльності;

- 5 етап: складання системи заходів, які забезпечили б реалізацію встановлених цілей (3 етап) та загальної фінансової стратегії;
- 6 етап: об'єктивна оцінка сформованої стратегії на рахунок її ефективності;
- 7 етап: оцінка на перспективу, яка включає планування та прогнозування напрямків фінансової діяльності підприємства.

Успіх фінансової стратегії підприємства забезпечують: гнучка цінова політика, встановлення провідних позицій на ринку, створення конкурентоздатної торгової марки, постійний розвиток, впровадження нових технологій у виробництво.

Найбільш відповідальним етапом у реалізації фінансової стратегії є розроблення фінансової політики. Фінансова політика, на відміну від фінансової стратегії, формується тільки за певними напрямками фінансової діяльності підприємства, за якими необхідно здійснювати ефективне управління, щоб досягти головної мети діяльності підприємства. Фінансовий план на перспективу складається, як правило, на 3-4 роки з розмежуванням по рокам цього періоду. Форма плану є довільною, проте обов'язковим його аспектом є відображення найбільш значущих параметрів фінансового розвитку підприємства. Оцінити доцільність фінансової стратегії можна на основі розрахунків фінансових коефіцієнтів. Також важливим параметром є нефінансові показники. Досить важлива для підприємства є його репутація. Адже всім відоме «золоте правило ринку» - попит породжує пропозицію. Тобто репутація підприємства відіграє важливу роль для залучення нових споживачів, інвесторів, кредиторів та інших важливих для підприємства сторін.

Для забезпечення реалізації фінансової стратегії необхідно правильно розмежувати відповідальність, права та обов'язки керівників підрозділів відповідно до результатів їх діяльності; сформувати центри відповідальності та не забути про працівників – розробити систему стимулювання працівників підприємства при їх сприянні ефективності фінансової діяльності.

Для забезпечення довгострокової та успішної діяльності підприємства основою служить розробка обгрунтованої фінансової стратегії. Реалізувати фінансову стратегію можна за допомогою поточного бюджету, що формується завдяки кредитним, фінансовим та страховим установам. Якість фінансової стратегії залежить від того, наскільки враховані та оцінені всі фактори на основі яких вона була розроблена; від взаємозв'язків підприємства з суб'єктами навколишнього середовища: діловими партнерами, фінансовим ринком, фінансовими інститутами, державними регулюючими органами. Підприємство досягне своєї фінансової мети лише в одному випадку – коли вищезгадані взаємозв'язки відповідають фінансовим можливостям підприємства.

Література:

1. Буняк Н. М., Курдельчук Р. І. Фінансова стратегія в системі менеджменту підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Випуск 8. С. 196-200.
2. Мамонов К. А., Кадничанський М. В. Конспект лекцій з дисципліни «Стратегічний аналіз» (для студентів 5 курсу денної і 6 курсу заочної форм

навчання спеціальності 8.03050901 «Облік і аудит»). Х.: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2013. 111 с.

3. Коляденко С. В., Стратій А. М. Стратій А. М. Аналіз фінансових стратегій для підвищення конкурентоспроможностей підприємства. *Економічна наука. Інвестиції: практика та досвід*. 2019. №22. С. 17-23.

4. Бруслиновська І.В., Матвійчук В.І. Теоретичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства. *Економіка і організація управління*. 2018. Випуск 3. С. 100-111.

5. Зелінська О. В. Системний підхід до підвищення ефективності економічних процесів / Тези доповідей VII Міжнародної науково-методичної конференції Форуму молодих економістів-кібернетиків «Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід». 2016. С. 25-26.

6. Іващенко А. І., Юсупова К. Ф. Фінансова стратегія підприємства: розробка та реалізація в умовах девелоперської компанії. *Економічна наука*. 2018. №1. С. 45-49.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Рябенко В. В.,

*к. е. н, доцент кафедри економіки і права
Національний університету харчових технологій*

Рябенко Л. М.,

*к. е. н., доцент
Національний університет біоресурсів
і природокористування України*

Сучасний економічний простір функціонування підприємств диктує необхідність переходу від традиційних методів оцінки ефективності їх діяльності до оцінки діяльності на основі вартості. Вартість підприємства є найголовнішим чинником при прийнятті інвестором рішення про фінансування. Тому управління вартістю є постійним процесом, метою якого є максимізація ціни підприємства на ринку, підвищення його стійкості.

Показник ринкової вартості підприємств є комплексною фінансово-економічною характеристикою, що системно та реально відображає результативність діяльності підприємств, а також вказує на перспективи його розвитку. Тому ринкова вартість бізнесу, сьогодні стала найважливішим об'єктом управління.

Міжнародні та національні стандарти оцінки детально характеризують три основні підходи до визначення вартості бізнесу: витратний, дохідний та порівняльний.

Для достовірної оцінки вартості підприємства необхідно сформувати належне інформаційне забезпечення, за допомогою якого надається повна, об'єктивна, релевантна, надійна та своєчасна інформація щодо зовнішніх та внутрішніх умов функціонування суб'єкта господарювання. Забезпеченість

менеджменту такою інформацією є визначальним критерієм в управлінні вартістю на підприємстві. Якщо на зовнішню інформацію, що продукує макросередовище суб'єкт господарювання має опосередкований вплив, то мікросередовище створюється в самому підприємстві. Отже, інформаційне забезпечення управління вартістю є внутрішнім базисом прийняття результативних рішень.

Основними джерелами внутрішньої інформації щодо формування вартості бізнесу є дані обліку, які відображаються насамперед у фінансовій та управлінській звітності підприємства. При цьому, якщо фінансова звітність суворо регламентована нормативно-правовими актами України, то управлінська дозволяє формувати моделі оцінки вартості підприємства використовуючи різні підходи.

Розглянемо методичні підходи, інформаційні джерела оцінки вартості підприємства та визначимо їх переваги і недоліки (табл. 1).

Аналізуючи інформацію подану в таблиці 1, можна зробити висновок, що в сучасних умовах питання оцінювання ринкової вартості підприємств мають дещо дискусійний характер. Дохідний підхід до оцінки бізнесу найкраще відображає його потенціал тільки в тому випадку, коли він побудований на принципі найкращого використання цілісного майнового комплексу. Витратний підхід є доцільним в оцінці складних і унікальних підприємств чи монополістів на своєму ринку. Порівняльний підхід може використовуватися переважно для перевірки результатів, отриманих дохідним підходом, він ефективний за врахування різниці за корисністю та поширенням зв'язків, вартістю торгової марки, перспектив розвитку тощо, але трудомісткий через необхідність перевірки даних.

Таблиця 1

Інформаційне забезпечення оцінки бізнесу

Методи оцінки	Методика визначення вартості	Джерела інформації	Переваги методу	Недоліки методу
1	2	3	4	5
Витратний	Розраховується на основі використання методу накопичених активів, основа якого визначення чистої вартості активів підприємства. Чиста вартість активів підприємства дорівнює різниці між вартістю активів на дату оцінки та сукупною вартістю зобов'язань підприємства	Дані фінансової звітності підприємства	Доступність інформації; простота у використанні; можливість використання підприємствами всіх організаційно-правових форм.	Бухгалтерська вартість активів відрізняється від реальної; заниження вартості нематеріальних активів; неврахування ліквідності активів; не враховується вплив зовнішнього середовища

1	2	3	4	5
Дохідний	Метод дисконтування грошових потоків і метод прямої капіталізації. Вартість об'єкта оцінки прирівнюється до сумарної теперішньої вартості майбутніх чистих грошових потоків або дивідендів, які можна отримати в результаті володіння підприємством, зменшеної на величину його зобов'язань та збільшеної на вартість надлишкових активів	Прогнозні звіти про фінансові результати та прогнозні показники балансу, дані бізнес-плану; інформація про доходи від використання подібного майна та його ринкові ціни; порівняльний аналіз дохідності інвестування в альтернативні об'єкти (депозити, цінні папери, майно тощо)	Найкраще відображає потенціал бізнесу	Доцільно застосовувати тільки для прибуткових підприємств, що стабільно розвиваються; невизначеність у виборі ставки дисконтування, а відповідно, і у визначенні величини вартості бізнесу
Порівняльний	Аналіз цін продажу та пропонування подібного майна з відповідним коригуванням відмінностей між об'єктами порівняння та об'єктом оцінки	Інформація про подібне майно	Простота у використанні; при наявності репрезентативної бази порівняння – найбільш точний метод визначення вартості особливо щодо об'єктів нерухомості та типових об'єктів оцінки	Важко отримати достовірну інформацію про угоди, об'єктивні чинники, які її сформували, врахувати її «підводні камені», приховані взаємні зобов'язання сторін

Таким чином, можна констатувати, що найбільш точна оцінка можлива при застосуванні всіх трьох підходів з подальшим підсумковим узгодженням вартості, при якому кожному результату присвоюється свій ваговий коефіцієнт. Розглядаючи методи оцінки вартості підприємства, потрібно відзначати не тільки як оцінювати підприємство, через який показник, але і як використовувати оцінку для прийняття кращих управлінських рішень, тобто визначити, чи потрібна максимізація вартості для акціонерів

ТЕНДЕНЦІЇ І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Скопенко Н. С.,

*д.е.н., професор кафедри економіки праці та менеджменту
Національний університет харчових технологій*

Сучасні умови господарювання характеризуються значним рівнем невизначеності та ризикованості. Для її оцінки існує Індекс невизначеності економічної політики - і в 2020 році він досяг максимуму вперше з 1985 року, що було викликано пандемією COVID-19 [1].

Проте, оновлення Світового індексу невизначеності, котре відбулося на весні, вказує на те, що глобальна невизначеність повернулася до своєї довгострокової середнього значенню після досягнення історичного максимуму в 2020 році. Це зумовлено значним зниженням двох ключових факторів глобальної невизначеності за останні кілька років: торгова напруженість між США і Китаєм і переговори по Brexit [1; 2].

Субіндекс Всесвітнього індексу невизначеності, World Pandemic Uncertainty Index [1; 2], показує, що невизначеність, пов'язана з COVID-19, також починає зменшуватися, особливо в розвинених країнах, де поширення вакцин почала зростати.

За даними Світового банку [3] світова економіка виходить з колапсу, спровокованого COVID-19, проте прогнозується, що відновлення, ймовірно, буде більш стриманим.

Для ефективного функціонування та розвитку в сучасних умовах суб'єктам господарювання необхідно дотримуватися певних правил [4]:

По перше, здійснити критичний аналіз минулого та опанувати ефективні рішення та похибки, як власного менеджменту, так й ведучих компаній. Так, атипова пневмонія в 2002-2003 роках і свинячий грип в 2009 році справили значний вплив на ринки та світову економіку: неминучим був економічний спад і банкрутство багатьох підприємств, але в довгостроковій перспективі пандемії приводили до зростання і розвитку.

Наприклад, після 2003 р. в Азії почали розвиватися цифрові платежі і електронна комерція, оскільки люди побоювалися виходити з дому і користуватися готівкою [5]. В минулі періоди турбулентності завжди можна було знайти точки зростання - IBM, Microsoft, Airbnb, Aviasales - всі вони стартували в період спаду та кризи [6].

По друге, необхідно створювати множинні сценарії розвитку. Будь-який процес прогнозування починається з пошуку можливих сценаріїв розвитку подій. З цього будується так звана прогностична воронка, яка включає як найбільш ймовірні варіанти, так і несподівані повороти - природні катаклізми, революції, глобальні конфлікти. Непередбачувані події зазвичай так і залишаються на периферії і не втілюються в життя.

Аналітики McKinsey [7] радять створити спеціальну команду для «планування наперед» - це підрозділ має постійно відстежувати тренди і створювати сценарії на випадок різного повороту подій. Після цього будь-який

проект або продукт потрібно накладати на сценарій і оцінювати, які ризики несе компанія, в чому, навпаки, її перевага, які втрати можливі і що можна зробити, щоб їх уникнути.

Крім того, необхідно розглянути варіанти загроз, які специфічні для конкретної сфери бізнесу. Доцільно також прописати тригери, при виникненні яких компанії потрібно буде міняти стратегію і переходити до наступних кроків для збереження або розвитку компанії.

По-третє, доцільно підтримувати та розвивати нетворкінг, що дозволяє компаніям в умовах кризи не тільки підтримувати один одного, створюючи колаборації, але і обмінюватися цінними інсайтами. Кооперація допомагає зберігати позиції та навіть зростати в турбулентний період.

Експерти в галузі управління виявили, що підприємства, які активно співпрацювали один з одним під час кризи, швидше входили в стадію зростання. А у організацій, які обмежували бізнес-комунікації, виручка, навпаки, скорочувалася [8].

Один з оптимальних варіантів нетворкінгу в сучасних умовах, коли відрядження і особисті зустрічі обмежені – це онлайн-конференції, які проводяться по всьому світу і залучають навіть більше відвідувачів, ніж офлайн-івенти. З 2020 року свої заходи перевели в онлайн Adobe, SAP, LinkedIn і багато інших компаній [9]. Це дозволило їм значно розширити охоплення – наприклад, LinkedIn зазвичай проводила заходи на 400 осіб, а в 2020 році її лайвстрім зібрав 62 тисячі переглядів.

По-четверте, необхідно впроваджувати нові інформаційні технології: тренд-форкастинг, аналітика великих даних, прогнозування за допомогою систем на базі машинного навчання допомагають краще оцінити реальний стан справ в компанії і в той же час передбачити можливі трансформації в майбутньому.

Сучасні IT-інструменти можуть застосовуватися в багатьох областях – від HR до логістики, допомагають не тільки коригувати стратегію, а й оптимізувати бізнес-процеси: дозволяють більш точно розрахувати ресурси і визначити шляхи оптимізації; знижувати навантаження на персонал центру за рахунок розумного розподілу дзвінків або настройки чатботу; прогнозувати попит і більш ефективно вибудовувати ланцюжки поставок тощо. За даними Bain, в середньому більше 70% організацій в різних галузях планує більше інвестувати в автоматизацію після початку пандемії [10].

Отже, для розвитку підприємств в умовах невизначеності необхідно розробляти та впроваджувати ефективні гнучкі стратегії.

Література:

1. Economic Policy Uncertainty Index. URL: <http://www.policyuncertainty.com/>
2. Ahir Hites, Bloom Nicholas, Furceri Davide. Why global uncertainty is declining. URL: <https://voxeu.org/article/why-global-uncertainty-declining>
3. Global Economic Prospects: Subdued Global Economic Recovery, World Bank., URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34710>

4. Авдеев А. Непрогнозируемое: как бизнесу смотреть в будущее в условиях неопределенности. URL: <https://hightech.plus/2020/08/27/neprognoziruемое-kak-biznesu-smotret-v-budushee-v-usloviyah-neopredelennosti>
5. Ghosh Bobby. China's internet got a strange and lasting boost from the SARS epidemic URL: <https://qz.com/662110/chinas-internet-got-a-strange-and-lasting-boost-from-the-sars-epidemic/>
6. Companies Founded in Crisis. URL: <https://medium.com/@kindredmedia/companies-founded-in-crisis-d7b953af65ce>
7. Getting ahead of the next stage of the coronavirus crisis. Martin Hirt and other. April 2, 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/getting-ahead-of-the-next-stage-of-the-coronavirus-crisis>
8. Gardner Heidi K., Matviak Ivan 7 Strategies for Promoting Collaboration in a Crisis. URL: <https://hbr.org/2020/07/7-strategies-for-promoting-collaboration-in-a-crisis>
9. Handley Lucy. Going livestream: How in-person summits have become virtual events. URL: <https://www.cnbc.com/2020/07/20/going-livestream-how-in-person-summits-have-become-virtual-events.html>
10. Renno Paul, Sinha Velu. Will the Pandemic Accelerate Adoption of Artificial Intelligence? <https://www.bain.com/insights/will-the-pandemic-accelerate-adoption-of-artificial-intelligence/>

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Скопенко Н. С.,

*д.е.н., професор кафедри економіки праці та менеджменту
Національний університет харчових технологій*

Бондарчук А. В.,

Національний університет харчових технологій

Грамотне та ефективне стратегічне планування є ключовим моментом у вирішенні проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств, особливо в умовах нестабільного кризового економічного середовища.

Теоретичним і методологічним аспектам стратегічного планування присвячено значна кількість наукових робіт. Внесок у становлення та розвиток цього розділу науки управління внесли Ф. Абрамов, Р. Акофф, І. Ансофф, Дж. Куїнн, К. Ендрюс, М. Портер, Г. Хемел, Г. Мінцберг, К. Хофер, Г. Штейнер, А. Томпсон й інші зарубіжні вчені. З українських дослідників слід відзначити О. Міщенко, В. Герасимчука, О. Раєвнева, С. Ільяшенко та інших.

Стратегічне планування розглядають як важливий засіб для досягнення бажаного стану підприємства у майбутньому, виходячи із наявних у даний час

умов. Метою стратегічного планування прийнято вважати визначення послідовності виконання робіт щодо забезпечення ефективної діяльності та розвитку підприємства у довготривалій перспективі [1].

На жаль, завдяки стратегічному плануванню неможливо точно передбачити майбутнє. Проте саме планування допомагає отримати приблизний опис майбутнього сценарію, який носить ймовірний характер. Недосконалий опис майбутнього набагато кращий, ніж його повна відсутність. Загалом стратегічне планування – це сукупність інтуїції та мистецтва вищого керівництва підприємства щодо постановки та досягнення стратегічних цілей, які спираються на розробки стратегічних планів і володіння конкретними методами планового аналізу.

Стратегічне планування – це динамічна сукупність взаємопов'язаних управлінських процесів – існує стійкий зворотній зв'язок і вплив кожного процесу один на одного [2].

Найважливішим етапом є визначення місії та постановка цілей. Чітко сформульована місія дозволяє визначити цілі, виражені у відповідних обраних показниках. При цьому зазвичай виділяють спільну мету (місію), і конкретні цілі більш низького рівня. Цілі розвитку підприємства виконують кілька функцій. Цілі формують ієрархію, котра схожа з системою планування. Кожен відділ підприємства повинен володіти в реальності метою розвитку, тому формулювання успішне тоді, коли досягається баланс між цілями всієї організації і цілями окремих структурних підрозділів. На основі цілей і з урахуванням результатів стратегічного аналізу приймаються рішення про основні напрямки діяльності підприємства.

Подальший крок проведення стратегічного планування – здійснення аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Аналіз середовища можна вважати одним з головних процесів стратегічного планування, так як він забезпечує базу для виявлення місії і цілей, вироблення стратегії поведінки, що дозволяє організації здійснити свою місію і досягти своїх цілей і завдань. Аналіз зовнішнього середовища допомагає відслідковувати зовнішні чинники, а також підлаштовуватися під зміни зовнішнього середовища. Для успішного планування керівництво повинно мати повну інформацію не тільки щодо існуючих зовнішніх проблем, а й про внутрішні потенційні можливості і недоліки організації. Аналіз внутрішнього середовища дозволяє більш вірно сформулювати місію, визначити зміст і напрямки діяльності.

Етап реалізації стратегії не менш важливий, ніж етап її формування в рамках стратегічного планування. Реалізація стратегії передбачає, що підприємство встановлює цілі, мотивує своїх працівників і розподіляє ресурси таким чином, щоб була досягнута стратегічна мета. При цьому формується, розвивається і підтримується корпоративна культура, що сприяє реалізації стратегії. Одночасно створюється організаційна структура управління, проводяться маркетингові дослідження, підраховуються бюджети, поліпшується інформаційна система, а також встановлюється система оплати праці. Співробітники мобілізуються для того, щоб реалізувати обрану

стратегію, що передбачає дисципліну і відповідальність.

Оцінка і контроль стратегії є основним завершальним процесом в стратегічному плануванні. Даний процес забезпечує зворотний зв'язок між процесом досягнення цілей і самими цілями. Основне завдання даного контролю – визначити, чи призводить обрана стратегія до досягненню цілей організації, тому коригування за результатами стратегічного контролю стосується як стратегії, так і цілей організації.

Таким чином, стратегічне планування – це постійно повторюваний замкнутий цикл, який безперервно реалізується в організації. Оцінка діяльності організації та аналіз зовнішнього середовища одночасно є і початком, і кінцем цього циклу. У той же час основні напрямки діяльності, план конкурентної боротьби, створення переваг, коригування корпоративної культури, формування організаційної структури, яка відповідає зміненним стратегічним орієнтирам, – все це піддається змінам в залежності від ступеня мінливості зовнішнього середовища, в якому діє підприємство.

Література:

1. Костецька Н.І. Стратегічне планування діяльності підприємств: теоретичні аспекти. *Інноваційна економіка*. 2020. № 7-8(85). С. 65–71.
2. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент: підручник. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с.

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.

Слободян Н. Г.,

*к.е.н, доцент кафедри обліку і аудиту
Національний університет харчових технологій*

Ефективне управління підприємством базується на об'єктивному, всебічному економічному аналізі господарської діяльності. На сучасному етапі підвищується обґрунтованість як оперативних, так і стратегічних управлінських рішень за рахунок використання комп'ютерних технологій. Актуальність оснащення комп'ютерними програмами аналітиків, які здійснюють аналіз бізнес-процесів підприємства, пояснюється тим, що аналітична обробка економічної інформації є трудомістким процесом, тоді як аналітичне дослідження вимагає її швидкої та якісної обробки для подальших висновків, рекомендацій. Це спричиняє необхідність звернення особливої уваги до використання інформаційних технологій та прикладних програм при здійсненні аналізу бізнес-процесів підприємства.

Питанням комп'ютеризації аналізу господарської діяльності на промислових підприємствах присвячені дослідження М.І. Баканова, Ф.Ф. Бутинця, С.В. Івахненкова, І.Д. Лазаришиної, В.Б. Лібермана, Л.М. Кіндрацької, Є.В. Мниха, О.В. Олійник, А.Н. Романова, В.К. Савчука, Г.Н. Соколової, Т.М. Ковальчук, М.Г. Чумаченка, А.Д. Шеремета, Г.О. Швиданенко та ін.

Складність вирішення проблем аналізу господарської діяльності в комп'ютерному середовищі визначена різноманітністю його видів і завдань, організаційно-методичним забезпеченням, особливостями галузей харчової та переробної промисловості.

Вітчизняний ринок програмного забезпечення для аналізу господарської діяльності знаходиться на етапі подальшого розвитку. Підприємства різних видів економічної діяльності є активними ініціаторами розробки універсальних та адаптивних програмних продуктів, аудиторські і консалтингові фірми допомагають підприємствам формувати технічні завдання для розробників з окресленням чітких вимог до програмного забезпечення. Сучасна діяльність аналітика супроводжується пакетами прикладних програм загального, проблемноорієнтованого призначення та спеціальних інформаційних систем. Указані програми включають широкий набір універсальних програм, їх можна успішно застосовувати для здійснення аналізу господарської діяльності та бізнес-процесів підприємств.

Сьогодні розробники програмного забезпечення створюють та вдосконалюють аналітичні програми, сумісні з бухгалтерськими програмами, які дають змогу проводити аналіз на підставі даних бухгалтерського обліку і бухгалтерської звітності. На жаль, більшість програм обмежується використанням фінансової звітності підприємства. Ця обмеженість інформаційної бази є проблематичною для здійснення поглибленого аналізу діяльності підприємств, оскільки сфера комплексного аналітичного дослідження діяльності підприємства є ширшою порівняно з наявними автоматизованими системами.

Найбільш поширеними з програмних продуктів з аналізу діяльності підприємств є «ІНЕК-Аналітик», Audit Expert, Project Expert. З усього різноманіття показників і коефіцієнтів програмний комплекс «ІНЕК-Аналітик» відбирає ключові, що характеризують усі сторони господарської діяльності підприємства: ефективність діяльності, ризикованість бізнесу і фінансову стійкість підприємства, довгострокові і короткострокові показники платоспроможності, якість управління підприємством. На основі відібраних показників розраховується комплексна оцінка фінансового стану підприємства з віднесенням його до однієї з чотирьох груп (перша – високорентабельні підприємства, мають відмінні шанси для подальшого розвитку; друга – підприємства із задовільним рівнем прибутковості, третя – підприємства, що знаходяться на межі фінансової стійкості, четверта – підприємства, що знаходяться в глибокій кризі).

Перевагою програми Audit Expert є можливість реалізації власних методик для вирішення будь-яких завдань аналізу, діагностики і моніторингу фінансового стану підприємства. Базуючись на даних аналітичних таблиць, реалізовується додатково методика оцінки діяльності підприємства. За результатами проведеного аналізу система дає змогу автоматично отримати низку експертних висновків про фінансовий стан підприємства. Також Audit Expert надає можливість підготувати звіти з необхідними графіками і діаграмами, що

відображають динаміку основних показників діяльності суб'єкта господарювання.

Можливості програмного комплексу Project Expert дають змогу проводити на визначену дату аналіз беззбитковості для групи продуктів, визначати значення коефіцієнта покриття, аналізувати величину операційного важеля і запас фінансової стійкості, як по кожному продукту, так і по компанії в цілому. Такий аналіз потрібен для прогнозу зміни прибутку за зміни обсягу продажів і для коригувань обсягів та асортименту виробництва продукції.

Як альтернативу складним і дорогим продуктам пропонуємо аналітикам середніх та малих підприємств більше приділити увагу можливостям програми Excel. Як аргументи використання Excel на противагу індивідуальним програмним розробкам можна висунути такі: відкритість алгоритмів аналізу і, як наслідок незалежність від розробника програми; можливість надавати граничних значень показникам; можливості варіантних розрахунків; багаті табличні та графічні можливості; низька вартість.

Література:

1. Заросило А. П. Сучасні інформаційні технології для аналізу господарської діяльності підприємств. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 4(2). С. 82-86.
2. Швиданенко Г.О., Олесь О.І. Сучасні технології діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства : монографія. К. : Вид-во КНЕУ. 2008. с. 34–35.

ОБЛІКОВО-СТАТИСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Соломчук Л. М.,

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту

Національний університет харчових технологій

Крамських А.,

Національний університет харчових технологій

Сьогодні кожна компанія повинна мати чітку мету та стратегію розвитку, що в свою чергу залежить від рівня бухгалтерського та аналітичного забезпечення.

Завданням дослідження полягає у розробленні рекомендацій щодо систематизації облікової інформації для стратегічного планування розвитку бізнесу.

Обліково-аналітичне забезпечення стратегічного менеджменту - це система стратегічного обліку та статистичного аналізу, яка систематизує інформацію для координації напрямків стратегічного розвитку компанії.

Ефективність у прийнятті стратегічних рішень, які потім втілюються в стратегії організаційній, фінансово-економічні соціально-психологічні,

методичні та інші інструменти, за допомогою яких здійснюється стратегічний процес [2].

За допомогою статистичної інформації, яка є систематизованими узагальненими даними про стан окремих факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, підприємство зможе стратегічно планувати подальший розвиток як зовні, так і всередині. Стратегічна інформація може бути первинною або вторинною.

Первинна статистична інформація - це щойно отримані дані для вирішення конкретної дослідницької проблеми чи питання, і її головною перевагою є дотримання точних цілей дослідницького завдання.

Вторинна статистична інформація - це дані, які зібрані раніше для цілей, відмінних від тих, що стосуються вирішення проблеми, що вивчається, а її головними перевагами є низькі витрати, оскільки вона не вимагає збору нових даних та швидкість отримання необхідної інформації.

Доцільно буде на підприємстві формувати внутрішні інформаційні статистичні показники для стратегії розвитку, які умовно можна поділити на три групи.

1. Показники фінансової звітності підприємства, які широко використовуються як зовнішніми, так і внутрішніми користувачами. Вони використовуються у процесі фінансового та стратегічного аналізу, планування, розробки стратегії та забезпечують найбільш узагальнене уявлення про результати фінансово-господарська діяльність компанії.

2. Показники бухгалтерського обліку підприємства. Вони відображають інформацію про обсяг діяльності, розмір і склад витрат і доходів.

3. Нормативно-планові статистичні показники пов'язані з фінансовим розвитком підприємства (формується безпосередньо на підприємстві).

Варто також використовувати таку інформаційну модель, як статистичний облік. Така модель надає необхідні дані для подальшого стратегічного аналізу, що передбачає безперервний процес дослідження об'єктів дослідження, результатом якого є формування інформаційно-аналітичної основи для прийняття управлінських рішень, що спрямовані на досягнення стратегічної цілі, конкурентні переваги та збільшення вартості господарських одиниць.

Такий аналіз, що базується на статистичному обліку, включає швидке коригування обраної стратегії для швидкого реагування на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі, що є однією з найважливіших передумов для зростання рівня ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

Отже, поєднання даних статистичного обліку та подальшого статистичного аналізу дозволить сформувати надійне обліково-статистичне забезпечення щодо формування стратегії розвитку підприємства, що в свою чергу, служить частиною інформаційного забезпечення стратегічного менеджменту підприємства, а також допоможе вирішити функціональні завдання стратегічного управління, надаватиме повну та достовірну інформацію про господарські процеси й зв'язки із зовнішнім середовищем.

Література:

1. Інформаційне забезпечення менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uchebnik-online.com/132/548.html>
2. Організація обліково-аналітичного забезпечення процесу формування стратегії розвитку підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://docplayer.net/51748116-Organizaciya-oblikovo-analitichnogo-zabezpechennya-procesu-formuvannya-strategiyi-rozvitku-pidpriemstva.html>
3. Обліково-аналітичне забезпечення як невід’ємна складова управління підприємством [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/12425>
4. Обліково-аналітичне забезпечення як основне джерело інформації для прийняття управлінських рішень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/1_2010/6.pdf
5. Напрями формування концептуальної моделі обліково-аналітичного забезпечення системи стратегічного управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/28-2017/49.pdf>
6. Організація обліково-аналітичного забезпечення управління діяльністю підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/vzuk-47-2017_116-121.pdf

СЕКЦІЯ 3

ФІНАНСИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА: ТЕНДЕНЦІЇ, СТАН І ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ

ПОДАТКОВІ РІЗНИЦІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Бойко С. В.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Оподаткування суб'єктів господарювання слід розглядати як складний багатфункціональний процес нарахування та сплати податкових зобов'язань суб'єктом господарювання за загальнодержавними та місцевими податками. Сучасна податкова система налічує сім загальнодержавних податків та чотири місцевих податки та збори, проте за більшістю податків мають місце податкові пільги та спеціальні умови оподаткування. Класичним для фінансової науки є твердження про фіскальну і регулюючі функції податків, що передбачають, з одного боку, здатність податкових надходжень профінансувати потреби суспільства, з іншого боку, забезпечити стимулювання або стримування економічного розвитку [1, с. 78].

На прикладі податку на прибуток підприємства розглянемо особливості оподаткування суб'єктів господарювання. Податок на прибуток підприємства – це прямий податок, сплачуваний з фінансового результату до оподаткування визначеного відповідно до положень бухгалтерського обліку. Базова (основна) ставка податку на прибуток підприємства становить 18 % (стаття 136 Податкового кодексу України [2]), проте за даними сформованої вибірки підприємств харчової промисловості (ПрАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен», ТДВ «Яготинський маслозавод», ПрАТ «Миргородський завод мінеральних вод», ПрАТ «Чумак», ПрАТ «Кондитерська фабрика «Лагода», ПрАТ «Харківська бісквітна фабрика») можна стверджувати, що жодне з досліджуваних підприємств не сплачувало податок на прибуток у 2019-2020 рр. у розмірі еквівалентному 18% фінансового результату до оподаткування.

Фактична ставка податку на прибуток досліджуваних підприємств харчової промисловості коливалася на рівні 16,4%-21,1% у 2019 р. та 14,2-21,3% у 2020 р., що вказує на застосування різниць (рис. 1).

Відповідно до статті 134 Податкового кодексу України, платникам податку на прибуток, у яких річний дохід від будь-якої діяльності (за вирахуванням непрямих податків), за останній річний звітний період не перевищує 40 млн грн дозволено не коригувати фінансовий результат до оподаткування на усі різниці (крім від'ємного значення об'єкта оподаткування минулих податкових років).

Платникам податку на прибуток, у яких річний дохід від будь-якої діяльності (за вирахуванням непрямих податків), за останній річний звітний період перевищує 40 млн грн застосування різниць обов'язкове, що регламентується статтями 138-140 Податкового кодексу України.

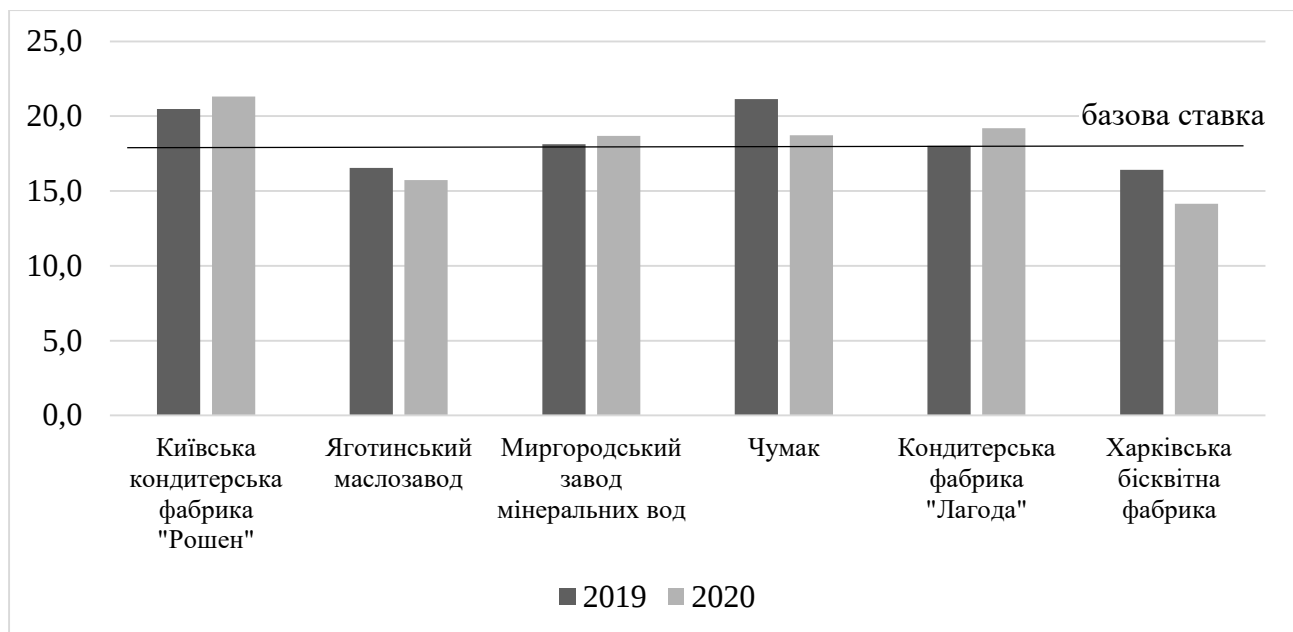


Рис. 1. Фактична ставка податку на прибуток підприємств харчової промисловості, %

Отже, податкові різниці застосовуються при оподаткуванні прибутку підприємства для корегування податкових зобов'язань на основі особливостей фінансово-господарської діяльності. Податковий кодекс України визначає наступні види різниць: різниці, які виникають при нарахуванні амортизації необоротних активів; різниці, що виникають при формуванні резервів (забезпечень); різниці, які виникають при здійсненні фінансових операцій [2]. На прикладі різниць, які виникають при здійсненні фінансових операцій можна визначити стимулювання та стримування окремих напрямів фінансово-господарської діяльності. За різницями, що збільшують фінансовий результат до оподаткування стримуються інвестиції в асоційовані, дочірні та спільні підприємства, розрахованих за методом участі в капіталі або методом пропорційної консолідації; придбання товарів, робіт та послуг у неприбуткових організацій; придбання товарів, робіт та послуг у нерезидентів.

Література:

1. Бойко С.В., Варченко О.М., Драган О.О. Структурні асиметрії податкових надходжень до Зведеного бюджету України за КВЕД 009:2010. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2018. Т. 1. С. 76-86.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
3. Податкова система: навч. посібник / О.О. Клокар, С.В. Бойко, І.Г. Кеменяш, Н.М. Руцишин. – Львів : СПОЛОМ, 2016. – 488 с.

МОДЕЛЮВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Бойко С. В.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Антонюк А. О.,

Національний університет харчових технологій

Ефективна фінансова стратегія є сполучною ланкою між довгостроковою метою та цілями підприємства. Моделювання оптимальної фінансової стратегії повинно формуватися на об'єктивних закономірностях та фактах, спиратися на основні ланки функціонування підприємства та діяти відповідно до поставлених завдань та цілей. Також при формуванні оптимальної фінансової стратегії слід проаналізувати наступні показники, а саме: фінансову стійкість, прибутковість та ліквідність підприємства.

Таблиця 1

**Аналіз фінансової стійкості
ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2017-2020 роки**

Показник	Період				Відхилення (+/-)			
	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2018-2017	2019-2018	2020-2019	2020-2017
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,72	0,60	0,64	0,62	-0,12	0,04	-0,02	-0,10
Коефіцієнт фінансової стабільності	0,63	0,51	0,55	0,51	-0,12	0,04	-0,04	-0,11
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,42	0,37	0,39	0,38	-0,04	0,02	-0,01	-0,03
Коефіцієнт фінансової залежності	0,58	0,63	0,61	0,62	0,04	-0,02	0,01	0,03
Коефіцієнт фінансового ризику	1,40	1,68	1,57	1,61	0,28	-0,11	0,05	0,22
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0,33	0,26	0,29	0,25	-0,07	0,03	-0,04	-0,08

Виходячи з даних таблиці 1 можна зробити наступні висновки, що показники фінансової стійкості знизились протягом 2017-2020 роках. Суттєво виріс показник фінансового ризику у періоді на 0,22 одиниці, тому підприємству слід загострити на цьому увагу, тому що є ризик банкрутства. На даний момент часу ТДВ «Яготинський маслозавод» не є фінансово стійким та стабільним.

Порівняно з минулими роками, підприємство ТДВ «Яготинський маслозавод» є менш рентабельним, його показники різко знизились по всіх видах рентабельності (табл. 2). На це, могли вплинути події 2020 року, пов'язані з COVID-19.

Таблиця 2

Аналіз рентабельності
ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2017-2020 роки

Показник	Період				Відхилення (+/-)			
	2017 Рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2018- 2017	2019- 2018	2020- 2019	2020- 2017
Витратні показники рентабельності								
Рентабельність продукції за валовим прибутком	-31,82	-36,69	-36,19	-19,13	-4,86	0,49	17,06	12,69
Рентабельність операційної діяльності	11,65	14,53	10,44	5,56	2,88	-4,09	-4,88	-6,09
Рентабельність звичайної (господарської) діяльності	-8,63	-11,68	-7,47	-3,74	-3,05	4,21	3,73	4,89
Дохідні показники рентабельності								
Валова рентабельність продажу (реалізації)	24,14	26,84	26,57	16,06	2,70	-0,26	-10,52	-8,08
Операційна рентабельність продажу	9,59	11,49	8,51	7,05	1,90	-2,98	-1,45	-2,53
Чиста рентабельність продажу	6,08	7,92	5,28	4,09	1,85	-2,64	-1,19	-1,99
Ресурсні показники рентабельності								
Рентабельність активів	17,12	20,83	13,61	8,36	3,71	-7,22	-5,25	-8,76
Фінансова рентабельність	41,03	55,80	34,97	21,85	14,77	-20,83	-13,11	-19,18
Рентабельність оборотних активів	24,67	29,79	19,32	12,61	5,12	-10,47	-6,71	-12,07
Рентабельність виробництва	88,19	100,45	74,21	42,79	12,26	-26,24	-31,42	-45,40
Рентабельність інвестованого капіталу	31,35	39,02	27,81	18,12	7,67	-11,21	-9,70	-13,23

З табл. 3 випливає, що підприємство починаючи з 2017 року залучає менше кредитів і на даний момент йому потрібно погасити 10% та 14% своїх короткострокових та довгострокових запозичень. Негативним є зниження показника критичної ліквідності, що вказує на те, що у підприємства високий ризик стати банкрутом. На даний момент, ТДВ «Яготинський маслозавод» є достатньо ліквідним та платоспроможним, однак потрібні залучені додаткові кошти.

Таблиця 3

Аналіз ліквідності та платоспроможності
ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2017-2020 роки

Показник	Період				Відхилення (+/-)			
	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2018- 2017	2019- 2018	2020- 2019	2020- 2017
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,04	0,06	0,03	0,01	0,02	-0,02	-0,02	-0,02
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,50	1,23	1,39	1,14	-0,27	0,16	-0,25	-0,36
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,86	1,42	1,57	1,36	-0,44	0,15	-0,21	-0,50
Коефіцієнт критичної ліквідності	1,52	1,23	1,39	1,14	-0,29	0,16	-0,25	-0,38

Оптимальна фінансова стратегія, повинна забезпечувати такі завдання:

- забезпечення всіма необхідними ресурсами фінансово-господарську діяльність підприємства;
- виділення аспектів фінансової політики та можливостей використання фінансових ресурсів;
- визначення відносин з партнерами як пріоритетних у майбутній взаємодії;
- формування комплексу дій для забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності [1, с. 145].

Отже, розглянувши розуміння фінансової стратегії, її формування та завдання, впливає, що фінансова стратегія має забезпечувати ефективне використання фінансових ресурсів, визначення оптимальних напрямків їх інвестування, та досягнення певних результатів. При цьому, обов'язково мають бути враховані показники діяльності підприємства, на основі яких і буде моделюватись оптимальна фінансова стратегія. Тільки при існування таких умов можна стверджувати про створення та функціонування дієвої оптимальної фінансової стратегії підприємства.

Література:

1. Фінансова стратегія підприємства: / І.О. Бланк, Г.В. Ситник, О.В. Корольова-Казанська, І.Г. Ганечко; за заг. наук. ред. І.О. Бланк. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 147 с.

2. Яготинський маслозавод. URL: <https://milkalliance.com.ua/company/enterprises/yagotinskij-maslozavod/>

ОЦІНКА ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА

Бойко С. В.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Дегтярьова О. А.,

Національний університет харчових технологій

На стабільність фінансового стану підприємства, в умовах ринкової економіки одним із факторів впливу є податкова система. Сукупність усіх податкових платежів на рівні підприємства встановлює рівень податкового навантаження, який визначає і формує умови фінансово-економічного розвитку підприємства. Через не стабільну податкову систему та відсутність стабільного законодавства в країні, що зумовлює зростання тінізації економіки підприємства та зниження рівня економічного розвитку країни. З огляду на те, податкову політику необхідно побудувати так, щоб, з одного боку, забезпечити виконання фіскальної функції податків, а з іншого – стимулювати активність підприємницької діяльності, зростання внутрішніх та зовнішніх інвестицій в економіку, підвищення конкурентоспроможності національних підприємств на міжнародному ринку.

О. Годованець і Т. Маршалок стверджують, що податкове навантаження є показником ефективності рівня втручання держави через податки в діяльність платників [1, с. 85]. Разом з тим А. Соколовська зазначає, що податкове навантаження – це ефект впливу податків на економіку загалом та окремих її платників, пов'язаний із економічними обмеженнями, що виникають у результаті сплати податків і відволікання коштів від інших можливих напрямів їх використання [3, с. 5].

Фрадинський О. розглядає поняття податкового тягара і трактує його як узагальнений показник, який характеризує величину податкових вилучень на макрорівні (держави) або мікрорівні (господарюючого суб'єкта) [4, с. 80].

У процесі розрахунку податкового навантаження підприємства важливе значення має структура. Склад і структура податкового навантаження відображена у Звіті руху грошових коштів (П(С)БО №3 форма 1) [2; 3; 5].

Обсяг податкового навантаження залежить від фінансових можливостей підприємства. Відповідно процес та порядок формування податкового навантаження підприємства залежить від виду діяльності і від завдань управління ним (табл. 1).

Проаналізувавши динаміку податкового навантаження ТДВ «Яготинський маслозавод» за 2017–2020 рр., можна прийти до висновку, що зобов'язання з податків та зборів підприємства зростали відповідно до зростання прибутку до оподаткування та обсягів реалізації продукції. Так, у 2020 році переважали витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість та складали 54 435 тис. грн або 53,2% від всіх зобов'язань з податків та зборів.

Література:

1. Годованець О., Маршалок Т. Податкове навантаження: важливий чинник соціально-економічної стратегії держави. *Економічний аналіз*. 2008. № 3(19). С. 85–89.

2. Інформаційна сторінка АТ «Молочний альянс». URL: <https://milkalliance.com.ua/company/enterprises/yagotinskij-maslozavod/>

3. Соколовська А. Теоретичні засади визначення податкового навантаження та рівня оподаткування економіки. *Економіка України*. 2006. № 7. С. 4–12.

4. Фрадинський О.А. Поняття податкового навантаження та підходи до його визначення. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 1. Т. 1. С. 79–82.

5. Яготинський маслозавод». URL: <https://milkalliance.com.ua/company/enterprises/yagotinskij-maslozavod/>

Таблиця 1

Аналіз динаміки зобов'язань з податків та зборів ТДВ «Яготинський маслозавод» за період 2017–2020 рр.

Назва показника	Період, тис. грн				Абсолютне відх., тис. грн (+/-)				Відносне відх., %			
	2017	2018	2019	2020	2018 – 2017	2019 – 2018	2020 – 2019	2020 – 2017	2018 – 2017	2019 – 2018	2020 – 2019	2020 – 2017
Зобов'язання з податків та зборів	69475	106774	134085	104083	37299	27311	30002	34608	53,68	25,57	22,37	49,81
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	26544	55474	42939	26664	28930	12535	16275	120	108,98	22,59	37,90	0,45
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	25919	27351	59755	54435	1432	32404	5320	28516	5,52	118,47	8,90	110,01
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків та зборів	10090	1277	1216	22984	187	61	21768	21894	17,15	4,77	179,13	208,62

Джерело: складено основі джерел [2, 5]

АНАЛІЗ ТА ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Буряк А. В.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет біоресурсів і природокористування

Дем'яненко І. В.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Феномен фінансового ризику за своєю сутністю є об'єктивно-суб'єктивною реальністю підприємницької діяльності, оскільки уособлює в собі ймовірність (загрозу) втрати фінансово-економічних ресурсів, недоотримання очікуваних доходів, або виникнення непередбачуваних витрат в результаті дії певних чинників негативного впливу. Ризик зумовлюється факторами об'єктивного і суб'єктивного характеру породженими як внутрішніми так і зовнішніми чинниками, інколи одночасним їх проявом. В результаті будь-які функціональні (виробничі, комерційні, фінансові) ризики призводять до негативних фінансових наслідків. Безпосередньо до фінансових ризиків підприємницької діяльності відносять: зменшення фінансової стійкості; ризики неплатоспроможності, інфляційний, процентний, інвестиційний, депозитний, кредитний, валютний. В результаті несвоєчасного прийняття управлінських рішень або нездійснення певних заходів незалежно від виду фінансово-господарських операцій здійснюваних підприємством може мати місце ризик упущеної вигоди [1]. Зазначена реально існуюча тенденція засвідчує, що при прийнятті управлінських рішень фінансового характеру особливої актуальності набуває аналіз ризиковості бізнесу як застосування спеціальних знань та досліджень явищ і процесів певної діяльності за умови їх значної невизначеності у майбутньому періоді, виявлення потенційних чинників конфліктності інтересів тощо з метою отримання якісної та кількісної інформації для прийняття на цій основі обґрунтованих рішень щодо розвитку бізнесу [2]. Адже саме аналітичне обґрунтування управлінських рішень може істотно зменшити неоправдані втрати фінансових ресурсів та підвищити рівень ефективності бізнесу.

В процесі аналізу ступеню ризиковості бізнесу та оцінюванні рівня фінансових ризиків доцільно здійснювати: виявлення зовнішніх і внутрішніх чинників, які збільшують або зменшують рівень конкретного виду фінансового ризику; розрахунок його оцінки; встановлення допустимого рівня ризику; визначення окремих операцій, необхідних для мінімізації втрат; обґрунтування заходів ризик-менеджменту по зниженню рівня шкідливості, чи ухилення від негативної дії фінансового ризику. Аналіз ризиковості бізнесу має доповнюватись оцінкою його рівня, тобто має включати два взаємодоповнюючі аспекти: якісний і кількісний.

Якісний аналіз фінансових ризиків здійснюється шляхом: ідентифікації всіх можливих видів їх прояву на основі чинної їх класифікації; визначенні чинників, які їх породжують і впливають та рівень їх прояву; виявлення

потенційних сфер генерації негативного впливу фінансових ризиків на результати конкретного бізнесу. Тобто якісний аналіз фінансових ризиків має метою виявлення конкретних видів загроз для суб'єкта господарювання та потенційних негативних наслідків їх дії в усіх сферах діяльності підприємства. Це має бути передумовою формування превентивних заходів проти появи певних видів фінансових ризиків, чи мінімізації, або уникнення втрат та негативного впливу. в умовах конкретного бізнесу.

Кількісний аналіз фінансових ризиків орієнтується на визначення рівня їх негативного впливу в умовах конкретного бізнесу. Це досягається шляхом обрахунку прояву кількісних параметрів відповідних оцінок критеріїв рівня шкідливості кожного із виявлених видів фінансових ризиків, виражених як у абсолютних, так і у відносних величинах їх прояву. З цією метою застосовуються математичні методи оцінювання фінансових ризиків та моделі розрахунків величини їх рівня, які включають окремі аспекти невизначеності та випадковості.

Здійснення кількісного оцінювання фінансових ризиків ґрунтується на врахуванні таких обставин: вид господарської діяльності підприємства; генеруючі чинники, які породжують окремі види фінансових ризиків; ступінь повноти достатності та достовірності інформації щодо виникнення і прояву дії фінансових ризиків; рівень професійної підготовки фахівців-управлінців ризиками на підприємстві; тривалість періоду дії антикризових заходів.

Процес оцінювання виявлених видів фінансових ризиків здійснюється у такій послідовності: вибір джерел інформації, попередня обробка наявної інформації; перевірка, уточнення і встановлення ступеню вірогідності вихідної інформації для оцінювання фінансових ризиків; конкретизація націленості на окремі проблемні сфери фінансового ризику; локалізація оціночної інформації відносно з індикацією фінансових ризиків за їх видами; визначення практичних антикризових заходів, їх виконавців та графіків реалізації обґрунтованих завдань.

Оскільки розглянуті питання природи фінансових ризиків виникають в процесі вибору варіантів вигідного для бізнесу способу капіталовкладень (інвестування), то критерієм оцінки успішності можливих варіантів виступає ступінь їх прибутковості, тобто обсягу доходів до витрат, тобто – коефіцієнт рентабельності. У зв'язку із цим величину ризику (чи ступінь ризику) може обчислюватись за двома варіантами: за обсягом середньоочікуваного значення та коливання (мінливості) можливого результату.

Середньо очікуване значення – це значення рішення, що пов'язане з невизначеною ситуацією. Воно виступає виразом для усіх можливих варіантів, де ймовірність кожного із них використовується як частота, чи як питома вага відповідного значення. Тобто, середньо очікуване значення вимірює результат, що виражає оцінку успішності (прибутковості виробничих витрат – сукупного фактора – капіталу), що оцінюється в середньому.

Література:

1. Давиденко Н. М. Фінансовий менеджмент: підручник. К.: ТОВ «Задруга». 2012. 516 с.
2. Фінансовий менеджмент: підруч. / В.П. Мартиненко, Н.І. Климаш, К.В. Багацька, І.В. Дем'яненко, [та ін.] за заг. ред. Т.А. Говорушко. Львів «Магнолія 2006», 2014. 344 с.

ОБГРУНТУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Дем'яненко І. В.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Мартиненко О. О.,

Національний університет харчових технологій

Останнім часом у зв'язку з головною проблемою людства – пандемією двадцять першого століття у світі відбуваються суттєві зміни як у соціальному, так і в політичному та економічному житті суспільства. На світовому фінансовому ринку досить часто відбуваються кризові коливання, які у свою чергу відбиваються й на ринковій економіці нашої країни, що призводить до суттєвих проблем стабільності кожного підприємства. Фінансова стабільність будь-якого підприємства є запорукою успішного ведення господарської діяльності, тобто правильно сформованої і реалізованої політики управління фінансами. Фінансову політику підприємства визначають його власники, організацію здійснює фінансове керівництво, а розробку і реалізацію фінансової політики забезпечують фінансові служби, виробничі структури, підрозділи й окремі працівники.

На сьогодні існує безліч визначень поняття «фінансова політика» підприємства, проте узагальнено під фінансовою політикою розуміють дієві способи організації господарської діяльності й, звісно, використання фінансових відносин. Іншими словами, фінансова політика є сукупністю усіх заходів для накопичення та використання коштів з метою забезпечення стабільного економічного розвитку підприємства. Фінансову політику визначають як процес розроблення системи фінансових планів щодо розвитку підприємства, забезпечення його необхідними фінансовими ресурсами та підвищення ефективності діяльності в майбутньому.

Таким чином, фінансова політика є формою реалізації фінансової ідеології та фінансової стратегії підприємства в межах окремих аспектів його фінансової діяльності [1]. Фінансова політика підприємства в цілому включає багато складових, оскільки передбачає розробку політик управління фінансовими відносинами по цілому ряду напрямків: управління інвестиціями, капіталом, активами, грошовими потоками, доходами, витратами (амортизаційна політика), прибутком і його розподілом (дивідендна, резервна політика) тощо. Враховуючи нестабільність ринкової економіки, з метою запобігання кризи та забезпечення економічного зростання підприємства

особливо важливого значення набувають аспекти формування і реалізації політики управління ризиками та політики антикризового управління. Організація фінансової роботи на підприємстві є ще одним аспектом управління фінансами і передбачає формування облікової, контрольно-аналітичної і планової політики.

З метою забезпечення розвитку та реалістичності програм зміст фінансової політики підприємства має містити: розробку науково-обґрунтованих цілей функціонування та розвитку фінансів підприємств; побудову й використання відповідного фінансового механізму підприємства; здійснення практичних дій, направлених на досягнення поставленої мети та розроблених цілей [2].

Фінансова політика є складовою економічної політики, уособлює сукупність заходів застосування фінансів для здійснення функцій і завдань підприємства; дозволяє зрозуміти, наскільки ефективно використано власний і позиковий капітал, щоб отримати якнайбільший прибуток за найменшого ризику. Ефективність фінансової політики ґрунтується на ряді чинників, основними з них є: стратегія підприємства; його структура; основні цілі та завдання; досвід роботи фінансово-економічних працівників; величина обороту товарообігу та грошових коштів; культура управління тощо. Провідні фахівці виокремлюють чотири етапи формування фінансової політики на підприємстві: аналіз інвестицій та фінансування, якими розпоряджається підприємство; прогнозування наслідків поточних рішень та зв'язку між поточними й майбутніми рішеннями; обрання варіанту, який буде представлений в останній редакції плану; оцінка результатів, досягнутих підприємством.

На ефективну фінансову політику покладають ряд завдань, що полягають у: забезпеченні джерел фінансування операційної та інвестиційної діяльності; мінімізації фінансових ризиків; запобіганні перманентних збитків, збільшенні маси прибутку та раціонального його розподілу з врахуванням потреб розширеного відтворення і споживання; обґрунтування напрямків і структури операційної та інвестиційної діяльності з позиції підвищення їх ефективності й забезпечення стратегічних аспектів успіху в майбутньому; оптимізації параметрів фінансового стану, грошових потоків та розрахунків [3].

Отже, політика, що визначається підприємством у своїх інтересах і реалізується через фінансові відносини і механізми є фінансовою, змістовно виражається у вирішенні таких аспектів: в оптимізації концепції управління фінансовими ресурсами щодо оптимального обсягу і захисту від ризику втрат; визначення основних напрямків їх поточного використання та на перспективу. Результативність та ефективність фінансової політики суб'єкта господарювання засвідчується ступенем досягнення визначених цілей і виконання завдань та максимальним рівнем показників результату при мінімальних затратних показниках, оцінюється як в цілому по підприємству так і по виробничих структурах, підрозділах й окремих посадових виконавцях підприємства.

Література:

1. Коваленко Л. О., Ремньова Л. М. Фінансовий менеджмент : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2005. 485с.
2. Фінансовий менеджмент: підруч. / В.П. Мартиненко, Н.І. Климаш, К.В. Багацька, І.В. Дем'яненко, [та ін.] за заг. ред. Т.А. Говорушко. Львів «Магнолія 2006», 2014. 344 с.
3. Чайковська В. П. Фінансова політика: підходи до розуміння та значення в діяльності підприємства. *Наукові записки. Серія «Економіка»*. 2013. Вип. 23. С. 247-251.

ЗАХОДИ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Кулинич Ю. М.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Доступ до ключових світових ринків сільськогосподарської продукції можливий за умови створення постійної пропозиції продукції з високим ступенем доданої вартості.

Попит на інвестиційні ресурси на світовому ринку постійно зростає і при цьому значно перевищує пропозицію. Тому країни, спрямовані на економічне зростання та розвиток суспільства, підвищення соціальних стандартів, поліпшення якості життя людей, намагаються створити найсприятливіші умови для залучення інвестицій як внутрішніх, так і зовнішніх.

Аграрна галузь є важливою для української економіки, що пояснюється високим рівнем зайнятості населення в даній галузі, значною часткою ВВП та великим впливом на розвиток сільських місцевостей.

У зв'язку з цим актуальною є покращення інвестиційної привабливості аграрного сектору України для вироблення ключових пропозицій, які сприятимуть інтенсивному економічному розвитку національного господарства.

На процес залучення інвестицій впливають ряд факторів, які доцільно узагальнити у вигляді таблиці 1.

Загалом, основними недоліками існуючої системи управління інвестиціями аграрних підприємств в Україні фахівці називають такі [1]: недостатня розробленість теоретико-методологічних початків інвестування в умовах ринкової трансформації; обмеженість важелів сприяння активізації інвестиційної діяльності, насамперед, у напрямку більш широкого притягнення фінансових ресурсів; недостатнє використання в управлінні інвестиційною діяльністю організаційно-планових регуляторів, що повинні стати одним із найважливіших аспектів активізації інвестування.

Заходами, які, на нашу думку, сприятимуть покращенню інвестиційної привабливості України та поліпшенню її інвестиційного клімату можуть бути:

- сприяння прозорості процесу приватизації;

- звільнення від оподаткування прибутку, який іде на рефінансування бізнесу;
- розвиток депозитарної системи;
- забезпечення максимального рівня виплат «офіційної» заробітної плати;
- розроблення та запровадження кодексу ділової етики або етичного кодексу корпоративного управління для всіх учасників ринку з акцентом на пріоритет довготривалої співпраці, а не для короткострокової вигоди;
- державна підтримка механізму краудфандингу для залучення коштів населення для інвестиційних операцій;
- реструктуризація неефективних великих підприємств і разом з тим, сприяння розширенню сфери малого та середнього бізнесу;

Таблиця 1

Внутрішні та зовнішні фактори, які визначають інвестиційну привабливість підприємств аграрного виробництва

	Позитивні	Негативні
Зовнішні	Сприятливий клімат	Нестабільність вітчизняного законодавства
	Наявність ресурсно-сировинної бази	Значне податкове навантаження підприємств
	Наявність науково-промислового потенціалу	Додаткове зниження прибутків вітчизняних виробників через необґрунтовано високу частку імпортного продовольства на внутрішньому українському ринку (звуження ринку збуту)
	Вигідне географічне розташування	Низька частка залучених коштів вітчизняних інвесторів
	Різноманітність форм власності	Низький рівень організаційного регулювання інвестиційної діяльності
	Руйнування монополізації виробництв	Загальний спад виробництва
	Створення сучасних програмних продуктів та інформаційних технологій	Високі ставки за кредити
	Стабілізація зовнішньоекономічної діяльності	Незавершеність процесів земельної реформи та інституційних перетворень в сільському господарстві та в суміжних галузях АПК
		Зменшення припливу фінансових ресурсів у галузі АПК (падіння виторгу від реалізації продукції) внаслідок скорочення платоспроможності населення на продовольство
Внутрішні	Достатня матеріально-технічна база	Збитковість підприємств аграрного виробництва
		Низький рівень ліквідності
	Висока частка власного капіталу в загальному обсязі капіталу	Низький рівень інформаційного забезпечення
	Впровадження ресурсозберігаючих ефективних технологій	Коливання темпів виробництва
	Достатній рівень інвестиційної привабливості	Зменшення наукомістких виробництв

Джерело: [3]

- недопущення дискримінації інвесторів за ознакою резидента;
- введення в дію інструментів, які сприятимуть більшому рівню кредитування реального сектору економіки банками;
- сприяння розвитку ефективної банківської системи, орієнтованої на кредитування реального сектора економіки;
- розвиток ринку страхових послуг.

Ці та інші заходи сприятимуть не тільки інтенсивному економічному розвитку вітчизняного господарства, але й вертикальній інтеграції, міжнародній взаємодії та відкритості у сфері українського агропромислового комплексу.

Література:

1. Гальчинский А, Левочкин С. Становление инвестиционной модели экономического роста Украины. *Економіка України*. 2004. № 6. С. 4-11.
2. Мацибора Т. В. Світовий досвід у поліпшенні інвестиційної привабливості аграрного сектору України. *Економіка АПК*. 2017. № 7. С. 101-105.
3. Мусієнко О. Л. Фактори інвестиційної привабливості підприємств аграрного виробництва. *Інноваційна економіка*. 2013. № 4. С. 90–95.
4. Рудь Л. М., Кушнір С. О. Інвестиційна привабливість агропромислового комплексу: сучасний стан та перспективи. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. № 1(57). С. 42-46

ЗЕЛЕНІ ОБЛІГАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ФІНАНСУВАННЯ В УМОВАХ EUROPEAN GREEN DEAL

Мельник Д. В.,
аспірант

Національний університет біоресурсів та природокористування України

Європейська Комісія поставила перед ЄС амбітну кліматичну мету, презентувавши у грудні 2019 року European Green Deal (Європейський зелений курс) – стати вуглецево нейтральним континентом до 2050 року [1].

В таких умовах модель ведення підприємництва «business as usual» вже не прийнятна. Компанії повинні використовувати більш сталі бізнес-моделі. Зелений порядок денний суб'єктів підприємництва – це більше не мода, а вимога ХХІ сторіччя, і це стосується також і принципів фінансування господарської діяльності та інвестицій.

Європейський зелений курс – це пакет внутрішніх політик та законодавчих ініціатив для виробників ЄС [1]. Вона стосується також й торговельних партнерів ЄС, передусім в галузях промисловості та аграрного сектору (а й, відповідно, виробництва продуктів харчування).

Вчасно відповідаю на виклики глобальних трендів деякі українські агропромислові компанії ставлять перед собою амбітні кліматичні цілі. Зокрема, агроіндустріальний холдинг МХП має стратегічну мету - досягнення вуглецевої нейтральності до 2030 року [2]. Досягнення цієї мети неможливе без

впровадження екологічних проектів, на які потрібне залучення зеленого фінансування.

Одним з інструментів залучення фінансових ресурсів для реалізації сталих проектів є зелені облігації.

Згідно прогнозів консалтингової компанії Baker Tilly International, глобальний потенційний обсяг ринку зелених облігацій становить 100 трлн доларів США. Історія цих цінних паперів почалася в 2007 році, коли перші бонди випустили Всесвітній банк і Європейський інвестиційний банк [3].

1 липня 2021 року в Україні набула чинності нова редакція Закону України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки», який запроваджує «зелені» облігації як окремий підвид цінних паперів.

Згідно вищезазначеного нормативно-правового акту, зелені облігації - це облігації, проспект (рішення про емісію, а для державних облігацій України - умови розміщення) яких передбачає (передбачають) використання залучених коштів виключно на фінансування екологічного проекту або окремого його етапу [4].

В Україні вже відбувся перший випуск зелених облігацій: у листопаді 2021 року НЕК «Укренерго» здійснила дебютний випуск п'ятирічних зелених єврооблігацій сталого розвитку на суму 825 мільйонів доларів США з доходністю 6,875% [5].

Переважно, сума коштів від випуску буде використана для погашення заборгованості перед ДП «Гарантований покупець» [5]. За даними ДП «Гарантований покупець», на жовтень 2021 заборгованість «Укренерго» перед ним, яка є джерелом розрахунків за «зеленим» тарифом, становила 25,1 млрд. Близько 7% цієї суми складає заборгованість перед виробниками електричної енергії з біомаси та біогазу, відпущеної за «зеленим» тарифом.

Біогазові та біоенергетичні проекти – це важливі інструменти для утилізації відходів харчової промисловості та сільського господарства, заміщення імпортних енергетичних ресурсів, скорочення викидів парникових газів, зменшення вуглецевого сліду продуктів харчування, виробництва відновлюваної енергії та органічних добрив.

Саме вищезгадані технології є надзвичайно привабливими для залучення зелених облігацій в сільське господарство та харчову промисловість України.

Підкреслюють актуальність зелених облігацій, не тільки положення Європейського зеленого курсу, а й тенденції припинення інвестування в проекти викопного палива, традиційної енергетики та вуглецеємних виробництв.

Зокрема, лідери 20 країн у листопаді 2021 року на кліматичному саміті ООН COP26 у британському Глазго досягли угоди про припинення інвестування в нафтогазові проекти за кордоном з кінця 2022 року [6].

Отже, запровадження інструментів зелених облігацій відкриває нові можливості фінансування сталих проектів сільського господарства та харчової промисловості України, що дозволить вітчизняним виробникам продуктів харчування бути конкурентоспроможними на ринках ЄС в умовах

імплементції Європейського зеленого курсу та впровадження Механізму прикордонного вуглецевого коригування (СВАМ).

Література:

1. The European Green Deal. URL: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en
2. Нагодувати світ і зберегти планету — у Глазго почала роботу кліматична конференція COP26. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/klimatichna-konferenciya-oon-u-glazgo-pro-shcho-govoritime-ukrajina-50193078.html>.
3. URL: <https://www.bakertilly.global/>
4. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення залучення інвестицій та запровадження нових фінансових інструментів: Закон України № 738-IX від 19.06.2020. *Офіційний вісник України* від 28.08.2020 — 2020 р., № 67, стор. 9
5. НЕК «Укренерго» успішно здійснила випуск зелених єврооблігацій URL: <https://ua.energy/renewables/nek-ukrenergo-uspishno-zdijsnyla-vypusk-zelenyh-yevroobligatsij-na-sumu-825-mln-dolariv/>
6. URL: <https://ukcop26.org/>

**ПОРТРЕТ В2В СПОЖИВАЧА ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ
ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Ніколаєнко І. В.,

старший викладач

Національний університет харчових технологій

Навроцький Н. А.,

Національний університет харчових технологій

Правильно підібраний портрет цільового споживача в сегменті В2В сектору дозволить підприємству ефективно управляти своїми фінансами. Адже від цього буде залежати скільки коштів буде витрачено на забезпечення необхідного рівня співпраці між підприємствами.

В2В споживач (ідеться про виробничого споживача) – це компанія (або індивідуальний підприємець), яка є покупцем продукції (послуг) з метою подальшого її використання в своєму виробництві. Логічно, що для складання портрета необхідно визначити особу, яка має найбільший вплив на прийняття рішення про покупку. При цьому важливо розуміти, що таке рішення може прийматися колегіально, в результаті складного процесу внутрішньофірмових переговорів, а також окремими особами, наділеними такими повноваженнями, або самим власником.

Портрет виробничого покупця, як і в разі індивідуального, – образ збірний, але при цьому внутрішньо більш конфліктний. Відомий європейський маркетолог Ж.Ж. Ламбен, виробничого покупця ідентифікує з «центром закупівлі», який включає людей, що виконують в компанії різні функції і тому мають особливу особисту і одночасно організаційну мотивацію. Склад центру може змінюватися в залежності від важливості прийнятих рішень і включає

п'ять ролей, які можуть грати один або кілька людей. Не варто виключати, що рішення про покупку може приймати особа, роль якої домінує. При наявності різних ролей зазначається і різноманіття особистих мотивів. Всі вони підпорядковані загальній мотивації компанії, але при цьому не виключено, що особисті мотиви можуть заважати компанії приймати правильні рішення.

Тому при складанні портрета B2B споживача потрібно брати до уваги як мотиви компанії в цілому, так і мотиви тієї особи, яка безпосередньо впливає на рішення про покупку.

Як може допомогти дана інформація? Наприклад, ви – виробник комплектуючих, вам потрібен сайт, орієнтований на виробника готової продукції, де ви будете розміщувати інформацію про свої продукти і / або послуги. Яким буде цей сайт, залежить від того, хто є споживачем вашої інформації. Найчастіше ним не є вище керівництво і навіть не топ-менеджер. Однак не виключено, що це може бути і генеральний директор (якщо фірма невелика). Визначте роль користувача, зіставивши аналітичні дані про те, хто цікавиться вашою інформацією і характер його запитів до вашого сайту. Важливо правильно встановити потреби контактної особи і його вимог: до конкретної інформації, до її подачі і способу взаємодії через сайт. Якщо контактною особою є фахівець, який безпосередньо використовує товар, то дуже важливо наповнити контент специфічними даними професійного характеру. Від цього залежить те, чи допоможе ваш сайт вирішити завдання споживача чи ні, що, в кінцевому рахунку, вплине на його рішення про покупку.

В цілому, портрет B2B споживача повинен включати систему з його цілей, мотивації і поведінки. Останнє стосується того, як він робить вибір і що на це впливає. Це питання особливо важливе, коли, ринкові умови дозволяють йому діяти з певною владою. Наприклад, якщо перехід до іншого постачальника не складе для нього значних витрат, то при певному зусиллі конкурента ваш покупець може бути вже не ваш. Аналогічна ситуація може виникнути, якщо ваша пропозиція слабо диференційована або в принципі не може відрізнятись, і в цьому випадку потрібно використовувати інші стимули. Ще один фактор – дипломатичний, коли покупка вашої продукції становить значну статтю витрат виробничого покупця і, швидше за все, він буде торгуватися за більш вигідні для себе умови. У будь-якому з цих випадків, портрет B2B споживача, який містить інформацію про його ставлення до оточення (що він бачить, чує і думає), допоможе передбачити можливі його дії і створити для нього ціннісну пропозицію.

Отже, портрет B2B споживача необхідно складати на базі особливої ролі, яку він відіграє в процесі закупівлі. Він повинен давати найбільш повну інформацію про цілі споживача, його проблеми і очікування, сумніви і побоювання, упереджене ставлення і про те, за яку ціннісну пропозицію він готовий платити. На практиці, портрет споживача B2B може бути доповнений його «історією», тобто більш специфічними характеристиками: яка частка придбаного ним товару в загальному обсязі продажів, які при цьому використовувалися форми оплати і розрахунки, а також які види стимулів

застосовувалися по відношенню до нього. Іноді саме ці характеристики можуть виявитися ключовими.

Саме правильно підібраний портрет B2B споживача дозволить ефективно управляти фінансами підприємства в процесі його діяльності.

Література:

1. Lisa Seeman. Personalization Semantics Explainer 1.0. URL: <https://w3c.github.io/personalization-semantics/>
2. Lisa Seeman. Personalization Semantics 1.00. URL: <https://www.w3.org/TR/personalization-semantics-1.0/>
3. Website Personalization. URL: <https://www.optimizely.com/optimization-glossary/website-personalization/>
4. Enge E., Spencer S., Stricchiola J. The Art of SEO Mastering Search Engine Optimization 3rd Edition. Publisher: O'Reilly Media., 2015. 994 с.
5. Evan Bailyn. SEO Made Easy Everything You Need to Know About SEO and Nothing More. 2013. 242 с.

**ОПТИМІЗАЦІЯ РУХУ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА В
АНТИКРИЗОВОМУ ФІНАНСОВОМУ УПРАВЛІННІ**

Олійник О. О.,

канд. екон. наук, доцент

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Останнім часом рух грошових потоків підприємства постає важливим питанням в системі антикризового фінансового управління. Відновлення фінансової рівноваги підприємства та мінімізація втрат його ринкової вартості, є головною метою антикризового фінансового управління, а генерування грошових потоків – однією з найважливіших ознак фінансової стійкості.

Традиційно грошовий потік являє собою сукупність розподілених за окремими інтервалами аналізованого періоду часу надходжень та виплат коштів, генерованих господарською діяльністю підприємства і представляє собою найбільш ліквідну частину його оборотних активів [1, с. 82]. В той же час, це обмежений ресурс, тому важливим для підприємства є створення механізму ефективного управління грошовими потоками, які постають і основними об'єктами антикризового управління у своєму прояві: позитивний, негативний та чистий грошовий потік, а також залишок коштів на рахунку підприємства.

Актуальність управління оптимізацією грошових потоків в антикризовій фінансовій діяльності підприємства визначається тим, що вони займають значне місце у виробничо-господарському обороті підприємства, а в процесі антикризового управління – вирішують завдання збалансованості обсягів, синхронізації у часі та максимізації позитивного грошового потоку, що в цілому передбачає зростання обсягу надходження коштів.

До кризової ситуації для підприємства може призвести дисбаланс потоків коштів, такий як дефіцит, так і їх надлишок, що негативно впливає на результати господарської діяльності. Внаслідок чого ліквідність та

платоспроможність підприємства знижуються при дефіцитному грошовому потоці, що призводить до зростання простроченої кредиторської заборгованості. При надмірному грошовому потоці відбувається втрата реальної вартості тимчасово вільних коштів в результаті інфляції, уповільнюється оборотність капіталу, втрачається частина потенційного доходу у зв'язку із втраченою вигодою від розміщення коштів у альтернативних проектах.

В даному разі із «грошових» інструментів антикризового фінансового управління є збалансованість грошових потоків та їх оптимізація [2, с. 60]. Останній є процесом вибору найкращих форм організації руху грошових потоків на підприємстві з урахуванням умов та особливостей здійснення його господарської діяльності. При цьому під методами оптимізації грошового потоку можна припустити такі заходи як: короткострокове залучення коштів та уповільнення їх виплат; у довгостроковому періоді – зростання обсягу позитивного грошового потоку та зниження обсягу негативного потоку.

Способи оптимізації надлишкового грошового потоку здебільшого пов'язані з активізацією інвестиційної діяльності підприємства, спрямованої на дострокове погашення довгострокових кредитів банку, збільшення обсягу реальних та фінансових інвестицій. При цьому повинна бути виконана умова синхронізації грошових потоків, яка має бути спрямована на усунення сезонних та циклічних коливань у формуванні як позитивних, так і негативних грошових потоків, а також бути спрямована на оптимізацію середніх залишків коштів.

В цілому рівень результативності оптимізації грошових потоків повинен відображатись при складанні фінансового плану підприємства на рік із календарним (квартальний, місячний) його розподілом. Розроблений платіжний календар дозволить підприємству максимально синхронізувати позитивний і негативний грошові потоки, підвищивши цим ефективність грошового обороту та максимальною мірою забезпечити необхідну абсолютну ліквідність грошового потоку із забезпеченням пріоритетності платежів за критерієм їх впливу на кінцеві результати фінансової діяльності підприємства.

Таким чином, оптимізація руху грошових потоків є основоположним заходом у розробці стратегії антикризового фінансового управління, на основі чого виконуються основні завдання та місія підприємства.

Література:

1. Бланк И.А. Управление финансовой стабилизацией предприятия. учебник. К.: Эльга Ника-Центр, 2003. 468 с.
2. Олійник О.О. Управління процесом оптимізації грошових потоків агропромислових підприємств. *Економіка та управління підприємствами*. 2010. № 3. С. 59–63.

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ У ФІНАНСОВОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Олійник Т. І.,

канд. екон. наук, доцент

Дніпровський національний університет ім. О. Гончара

Для вітчизняних підприємств фінансове управління стає сферою дії все більшої кількості об'єктивних факторів, які посилюють ризик прийнятих рішень стосовно формування, розподілу та використання фінансових ресурсів.

Невизначеність та волатильність зовнішнього фінансового середовища, а також обмеженість власних ресурсів суб'єктів господарювання постає джерелом загроз, оскільки генерує небезпеку отримання негативного результату в процесі реалізації фінансових рішень, які можуть не відповідати очікуваним цілям управління [1, с. 316]. В даному разі відхилення від запланованого перебігу подій, понятійний апарат «ризик-менеджмент» можна трактувати як економічні втрати, за величиною яких встановлюється рівень ризику щодо ймовірності реалізації песимістичних сценаріїв розвитку економічної ситуації. Це підвищує значущість використання прийомів управління фінансовими ризиками в процесі формування методів вирішення конкретних господарських завдань щодо підвищення якості прийняття фінансових рішень.

Вибір підходу до фінансового управління обумовлюється тим, що оборотний (інвестований) капітал є гарантією покриття фінансових потреб суб'єктів господарювання за рахунок стійких, керованих та контрольованих джерел [2, с. 77], тобто успішного функціонування фінансів окремо взятого підприємства. При цьому економічна сутність інвестованого капіталу дозволяє зрозуміти та оцінити існуючі трактування ризику як подію з негативним, не вигідним економічним наслідком. Така характеристика ризику дуже гармонійна, адже фінансовий ризик є подією, пов'язаною із втратою фінансових ресурсів – втратою доходів та надходжень грошових засобів, внаслідок чого генерується небезпека невиконання фінансами функції яка забезпечує життєздатність економіки підприємства. Іншими словами ризик як подія означає, що умова збалансованого, рівноважного стану економіки підприємства порушено, і від менеджменту потребуються певні зусилля та певні дії щодо його відновлення.

Наше бачення в управлінні фінансовим ризиком передбачає розробку сценарію реалізації бізнес-плану із вибором інструментів підтримки життєдіяльності підприємства за умов впливу об'єктивних та суб'єктивних факторів ризику на різних стадіях кругообігу інвестованого капіталу. Звідси методи управління інвестованим капіталом спрямовується на розробку фінансової політики підприємства з оптимізації складу та структури капіталу як за джерелами його формування, так і за напрямками використання на основі багатокритеріального підходу. Останній постає індикатором оцінки фінансового ризику, або методикою розрахунку оцінного критерію, який має включати фактор ризику. Така постановка питання дозволяє вирішенню

управлінського завдання в системі ризик-менеджменту щодо можливості отримання певного рівня доходу. Але якщо трактувати ризик як фінансові втрати, то відповідно до стратегічного підходу з управління фінансами, в першу чергу мова повинна йти про втрату фінансового потенціалу, тобто потенціалу розвитку та економічного зростання підприємства. Внаслідок чого фінансові результати окремих звітних періодів можуть надавати різноспрямований вплив на ключовий показник, що не стає непереборною перешкодою в досягненні підприємством кінцевої стратегічної позиції в тому випадку, коли зберігається контроль над рівнем його фінансового ризику.

Таким чином, в умовах наростання кризових явищ в економіці, підвищується актуальність використання методів ризик-менеджменту під час прийняття рішень щодо управління оборотним капіталом, на який переноситься фінансова відповідальність за підтвердження очікувань за показниками ефективності реальних виробничих інвестицій. Головними тут стають процеси формування фінансових ресурсів в оперативному режимі, а розбалансованість грошових потоків та фінансових показників сприймається як фінансова проблема.

Література:

1. Дикань В.Л., Посохов І.М. Дослідження міжнародних стандартів управління ризиками. *Бізнес Інформ*. 2014. № 1. С. 314-319.
2. Жихор О.Б., Котова Н.М. Шляхи нейтралізації фінансового ризику і підвищення фінансової стійкості підприємства в сучасних умовах господарювання. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2012. № 1(13). С. 76–78.

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ESG СУБ'ЄКТАМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ОПЕРАЦІЙНІ, ФІНАНСОВІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ

Пантелєєва Н.М.,

д. екон. наук, професор

Черкаський інститут Університету банківської справи

Глобальною ініціативою останнього десятиліття у світовому бізнес-середовищі є впровадження концепції сталого розвитку, яка передбачає використання ресурсів та економічного розвитку для забезпечення потреб сучасного суспільства, не підриваючи можливості майбутніх поколінь реалізовувати свої потреби. Концепція сталого розвитку впроваджується підприємствами, базуючись на трьох ключових принципах ESG: екологічному (Environmental) – відповідальне ставлення до навколишнього середовища та зменшення/нівелювання збитків, завданих екології; соціальному (Social) – ставлення та вплив підприємств на своїх стейкхолдерів (співробітників, постачальників, партнерів та суспільство загалом); належному корпоративному управлінні (Governance), що характеризується прозорістю звітності,

підтримкою підприємствами добросовісної конкуренції, протидією шахрайству та корупції, діловою етикою тощо.

Інтегруючи принципи ESG у власну діяльність, підприємства змінюють власну стратегію та бізнес-процеси, що в довгостроковій перспективі впливає на їх конкурентоспроможність та фінансові результати. Розглянемо більш детально можливі ефекти від реалізації підприємствами принципів ESG у розрізі операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

Принципи ESG дозволяють удосконалити *операційну діяльність* і підвищити ефективність її управління за рахунок: 1) оптимізації операційних витрат і підвищення ефективності використання операційних активів (оборотних і необоротних); 2) підвищення продуктивності праці персоналу; 3) збільшення обсягу реалізації продуктів і послуг (табл. 1).

Таблиця 1

Вплив на операційну діяльність впровадження підприємствами принципів ESG

Вплив	Впровадження принципів ESG	Приклад впровадження
Оптимізація операційних витрат та підвищення ефективності використання операційних активів	Корегування політики використання електроенергії, водних ресурсів, заміна устаткування на більш ресурсно-зберігаючи, раціональне поводження із відходами та зменшення витрат на їх утилізацію тощо.	4 заводи агрохолдингу Астарта отримали міжнародні сертифікати з енергоменеджменту, діють програми енерго-ефективності та енерго-збереження, що дозволило в 2019 скоротити споживання природного газу на 4%, електроенергії — на 0,5% за рахунок відновлюваної енергії [1].
підвищення продуктивності праці персоналу	Підвищення продуктивності та мотивації співробітників за рахунок забезпечення належних умов та оплати праці, соціального захисту, гендерної рівності та інклюзії, відсутності дискримінації. Можливість залучати більш кваліфікованих співробітників за рахунок репутації екологічно- та соціально-відповідальних підприємств.	Використання на ДТЕК Ладизинській ТЕС системи безпеки праці Farseer на основі штучного інтелекту, що дозволяє оперативно попереджувати дію, небезпечну для життя і здоров'я співробітників ситуації [2]. Intellias, як лідер серед IT-роботодавців в Україні, підтримує своїх працівників шляхом: медичного страхування, спортивних абонементів, використання віртуальної валюти smarts як елементу мотиваційної програми, отримання психологічної допомоги [3]
Збільшення обсягу реалізації продуктів і послуг	Залучення B2B і B2C клієнтів за допомогою більш екологічних продуктів та їх готовності платити за них більше. Підвищення конкурентоспроможності та зміцнення позиції на ринку.	Підтвердження продукції Астарта вимогам органічного виробництва. У відповідь на виклики пандемії Нова пошта розширила кількість поштоматів, що дало можливість безконтактно отримувати поштові відправлення, окрім того здійснювала доставку ліків, продуктів і впровадила безконтактну кур'єрську доставку [4]

Джерело: складено автором

Вплив упровадження підприємствами принципів ESG на їх фінансову та інвестиційну діяльність забезпечується за рахунок розкриття ними інформації про досягнення прогресу у сталому розвитку. За даними дослідження KPMG у 2020 р. 96% із 250 найбільших компаній світу надають таку інформацію [5]. На базі цих даних різноманітні незалежні агенції, такі як Bloomberg, S&P Dow Jones Indices, JUST Capital, MSCI, Refinitiv, розраховують і поширюють ESG-рейтинги, які відрізняються методологією виміру та оцінки. Інвестиційні компанії та компанії з управління активами використовують ці рейтинги як одне із джерел інформації при прийнятті інвестиційних рішень, використовуючи інколи навіть декілька рейтингів від різних компаній.

Використання підприємствами ESG-рейтингів у власній інвестиційній діяльності дозволяє підвищити інвестиційні доходи за рахунок кращого розподілу капіталу та уникнення інвестування в проекти та/або компанії, які мають високі екологічні ризики.

За результатами проведеного CFA Institute дослідження, принципи ESG впливають на вартість акцій та прибутковість/спреди від корпоративних облігацій. Найбільш впливає на вартість акцій підприємства принцип корпоративного управління [5], а підвищення дохідності акцій в середньому на 3,05% в рік відбувається за рахунок впровадження підприємствами соціального принципу [6].

Література:

1. Звіт зі сталого розвитку 2019. ASTARTA Holding URL: <https://astartaholding.com/files/uploads/07e490bb8294f09d3f8cfdda3ea3017a.pdf>
2. Інтегрований звіт 2020: Фінансові та нефінансові показники. ДТЕК. URL: https://dtek.com/content/announces/pdf/dtek_ar_2020_ua_web_plus_s1180_t4458_i6428.pdf
3. Звіт зі сталого розвитку 2020. Intellias. URL: [https://intelliasua-uploads.s3-eu-west-1.amazonaws.com/documents/CSR+Report2+\(1\).pdf](https://intelliasua-uploads.s3-eu-west-1.amazonaws.com/documents/CSR+Report2+(1).pdf)
4. Звіт зі сталого розвитку «Нова Пошта» 2020. URL: https://novaposhta.ua/zvit_zi_stalogo_rozvitku_2020
5. Рынок ESG инвестирования в России: настоящее и будущее 2021. Frank RG.
6. Alex Edmans. Does the stock market fully value intangibles? Employee satisfaction and equity prices. *Journal of Financial Economics*. 2011. September. Volume 101. Number 3,. Pp. 621–40.

УПРАВЛІННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Роганова Г. О.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Лозінська І.А.,

Національний університет харчових технологій

В умовах складної фінансово-економічної ситуації та розвитку конкурентності між виробничими установами, постає ряд питань як забезпечити стабільність та платоспроможність підприємства, для подальшого розвитку. Ефективне управління платоспроможністю підприємства є ключовим елементом, забезпечення фінансової стійкості та інвестиційної привабливості підприємства.

Платоспроможність підприємства у широкому сенсі – це здатність підприємства без порушень виконувати графік погашення заборгованості перед своїми кредиторами. У вузькому значенні, це наявність у нього коштів та їх еквівалентів, достатніх для розрахунків за кредиторською заборгованістю, що вимагає негайного погашення [3, с. 373].

Для ефективного управління платоспроможністю підприємства потрібно проаналізувати активи та пасиви підприємства, для надання коректної оцінки грошових коштів, їх зростання або зменшення. Також оцінити ефективність руху ліквідних грошових потоків, які напряду впливають на процес накопичення, витрачання та перерозподілу економічними суб'єктами ресурсів підприємства. Якщо в процесі аналізу виникає потреба, в збільшенні грошових коштів, потрібно обов'язково проаналізувати тривалість фінансового та операційного циклів в розрізі окремих видів діяльності, і відповідно встановити яким чином потрібно змінити активи чи пасиви підприємства.

Розглянемо ефективність управління платоспроможністю на прикладі ПрАТ «Оболонь». Структура ПрАТ «Оболонь» направлена на диверсифікацію виробництва, сучасні та різноманітні підходи введення діяльності, перехід на сировину власного виробництва, повну соціальну відповідальність та екологічну безпеку. Проаналізуємо показники ліквідності ПрАТ «Оболонь» (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз показників ліквідності ПрАТ «Оболонь» за 2018-2020 рр.

Назва показника	2018	2019	2020	Відхилення +/-		
				2019-2018	2020-2019	2020-2018
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,01	0,01	0,007	0	-0,003	-0,003
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,13	0,15	0,22	0,02	0,07	0,09
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,41	0,44	0,68	0,03	0,24	0,27

Джерело складено автором на основі джерела [2;1].

З табл. 1 можна зробити висновок, що показники ліквідності ПрАТ «Оболонь» протягом аналізованого періоду демонструють нестабільну динаміку. Коефіцієнт абсолютної ліквідності, в 2020 році порівняно з 2018 р. зменшився на 0,003, причина зменшення, це недостатня кількість грошових коштів, для погашення зобов'язань. Коефіцієнт швидкої ліквідності в 2020 р. порівняно з 2018 р. збільшився до показника, 0,22, що не відповідає нормі. На кожну гривню поточних зобов'язань припадає лише 0,22 гривні високоліквідних оборотних активів. Коефіцієнт поточної ліквідності зріс в 2020 р. порівняно з 2018 р. на 0,27 можна вважати, що це дає позитивний ефект, але не відповідає нормі, підприємство не достатньо забезпечене оборотними коштами для ведення діяльності, тому не своєчасно погашає свої зобов'язання.

Проаналізовані показники є нижчими за нормативні значення, що є свідченням неефективного управління платоспроможністю підприємства в короткостроковому періоді. Позитивна динаміка спостерігається лише у 2020 році, коли відбулося зростання всіх показників ліквідності порівняно з іншими роками. У цілому можна сказати, що підприємство є платоспроможним, але недостатньо ліквідним. На основі проведеного дослідження, вдалося визначити основні причини недостатнього рівня управління платоспроможністю, а саме:

- низький показник платіжної системи;
- відсутність фондів страхування;
- високий показник низьколіквідних активів;
- низький показник окупності вкладеного капіталу.

Для ефективного управління та подолання проблем пов'язаних з платоспроможністю ПрАТ «Оболонь» необхідно впровадити наступні заходи, подані на (рис. 1).

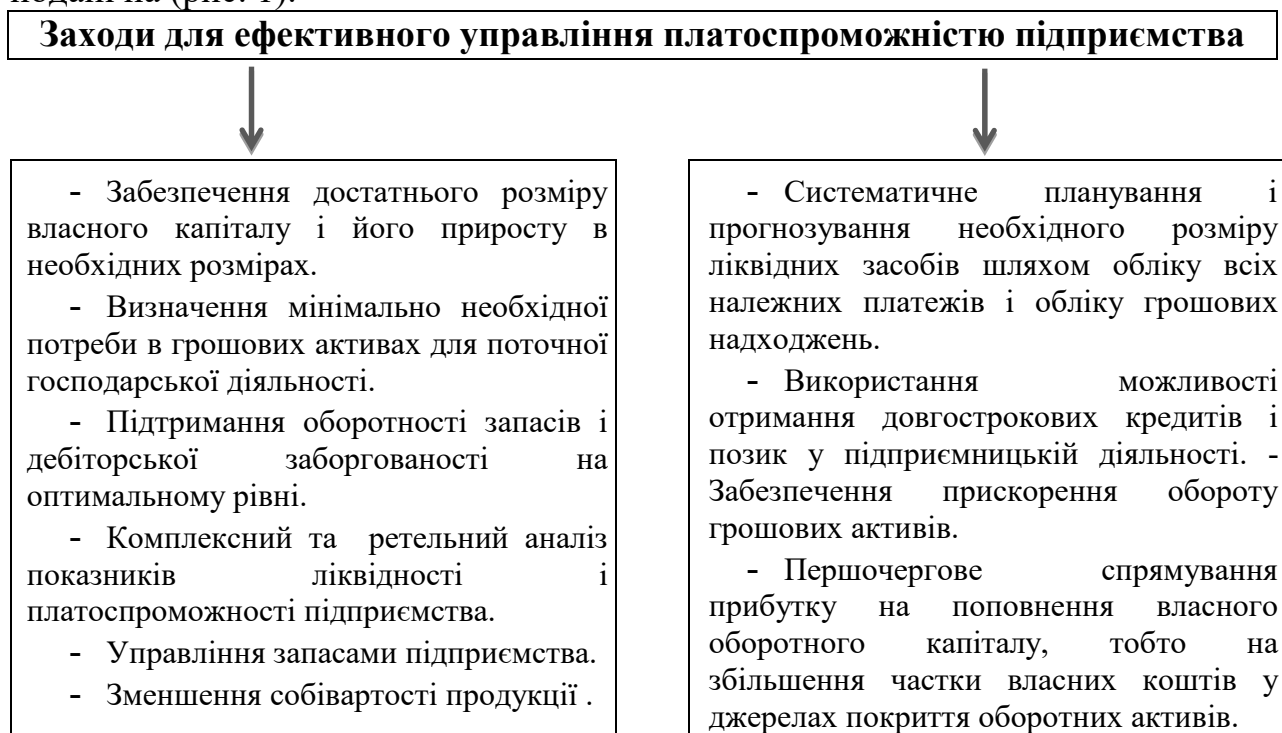


Рис. 1. Заходи для ефективного управління платоспроможністю підприємства

Таким чином, визначивши основні аспекти регуляції платоспроможності підприємства, можемо зробити висновок, що для ведення ефективної фінансової діяльності підприємства, необхідно регулярно проводити оцінку показників платоспроможності та ліквідності підприємства, проводити аналіз мікро— та макросередовища, щоб вчасно запобігти кризовому стану підприємства.

Література:

1. Інформаційна сторінка ПрАТ «Оболонь». URL: <https://obolon.ua/ua>.
2. Інформаційна сторінка «Наукова спільнота». URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-2406/>.
3. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. 1024 с.

FINTECH В ПРАКТИЦІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В 2020-2021 РОКАХ

Краснюк М. Т.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Карантини та обмеження по всьому світу стримують як глобальну, так і національну економіку, змушуючи компанії готуватися до рецесії, яка, на думку експертів, має бути слідом. Пандемія COVID-19 може викликати рецесію на рівні 2009 року або навіть гірше. Але наскільки будуть ефективні в цих умовах платформи FinTech, поки ще точно невідомо. Доступ до більшості платформ FinTech здійснюється через систему управління «хмарою», де підприємства просто завантажують програму або отримують доступ до онлайн-сайту для управління своїми платіжними рахунками та транзакціями. Наприклад, раніше постачальник міг чекати оплату замовлення до трьох місяців, тоді як FinTech негайно оптимізує цей графік. Тепер постачальники, використовуючи технології FinTech, мають більший контроль над термінами оплати, що дозволяє їм встановлювати більш тривалий період відстрочення повної оплати або самостійно фінансувати обладнання для важких індустрій. Компанії FinTech також працюють через банки, щоб визначити найвигідніший варіант оплати для кожної компанії. Це, у поєднанні зі своїми набагато нижчими ставками, порушило фінансову діяльність ланцюжків поставок. Найбільше від використання FinTech можуть виграти стартапи, чії кредитні профілі менш надійні і не такі успішні при роботі з банками. Постачальники та виробники, чії процеси мають більш тривалий час

Вже зараз, технології FinTech призводить до наступних рівнів трансформації бізнесу:

1. Оборотний капітал та складські запаси: мінливі технології та зміни у використанні активів впливають на потреби у фінансуванні та управлінні ризиками компаній у сфері транспорту та логістики. Особливої уваги вимагає обладнання, необхідне виконання промислових і логістичних процесів,

оскільки може бути вузькоспеціалізованим або навпаки, активно використовуватися у світі. Крім того, потреби у складуванні та реалізації вимагають різних рішень для фінансування (наприклад, оренди) чи страхування. Збільшення кількості доступних даних (особливо коли обладнання та постачання пов'язані Інтернетом речей) надає інвесторам і страховим компаніям все більш точні дані про логістичні процеси, логістичні активи, фінансові та операційні ризики. Це дозволяє фінансовим установам або інвесторам проводити ретельніший аналіз ризиків компаній або ділових можливостей. Підвищення обізнаності клієнтів, зокрема, також дає можливість постачальникам послуг FinTech надавати фінансові домовленості, орієнтовані на клієнта чи активи.

2. Міжнародна торгівля: міжнародні ланцюжки поставок складніші за звичайні ланцюжки поставок через велику кількість залучених суб'єктів. Робота в різних юрисдикціях, податкових режимах та митниця – це клопітка робота з великою кількістю документів. Крім того, подальші учасники логістичного та/або виробничого ланцюжка, часто невідомі та вимагають вжиття заходів для забезпечення оплати, таких як акредитив та гарантії.

3. Додаток FinTech, який підтримує та оптимізує бізнес-процеси та інноваційні FinTech рішення на базі алгоритмів бізнес-аналітики, використання штучного інтелекту та технологій BigData – повинні безпосередньо сприяти підвищенню ефективності постачальників послуг та оперативно допомагати оптимізувати та вирішувати їх проблеми у фінансовому менеджменті, і не тільки.

4. FinTech пропонує постачальникам можливості розширити свій портфель послуг та клієнтів за рахунок як оперативного пошуку так і генерації стратегічного співробітництва зі стартапами, щоб надати своїм клієнтам найкращу пропозицію.

5. FinTech може призвести до реальних перетворень у всіх типах ланцюгів постачання та виробництва, вирішивши проблеми відсутності прозорості, неефективного використання виробничих потужностей та небажання співпрацювати з боку наступних партнерів по ланцюжку. Особливо це стосується трансформації міжнародної торгівлі та логістики, а також модернізації та верифікації практики бізнесу з використанням технології блокчейн.

Отже, в сучасних умовах, для швидкого та ефективного створення стійких та успішних колаборацій між фінансовими технологіями та фінансовим менеджментом, необхідні галузеві стратегії такого розвитку, які повинні допомагати мобілізувати індивідуальних підприємців, компанії, наукові установи та уряди.

Література:

1. Crisis Management: Multi-Dimensional Typologies. URL: <https://www.futurelearn.com/info/courses/high-stakes-leadership-leading-in-times-of-crisis/0/steps/171225>

2. Claire Meyer. Multi-Crisis Management. URL: <https://www.asisonline.org/security-management-magazine/articles/2020/03/multi-crisis-management/>
3. Krasnyuk M., Tkalenko A., Krasniuk S. Development of the fintech industry and fintech technologies under Covid-19. *Grail of science*. 2021. (4). Pp. 68-70.

СЕКЦІЯ 4

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ СТРАХУВАННЯ

ЯКІ Ж РИЗИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ МАЄ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ГЕНЕТИЧНОГО ТЕСТУВАННЯ ДЛЯ СТРАХОВОГО РИНКУ?

Арич М. І.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Левон М. М.,

канд. мед. наук, доцент

Національний медичний університет імені О.О. Богомольця

Каленюк Я. О.,

Національний університет харчових технологій

Швидкий розвиток генетики та технологій генетичних досліджень стимулює зацікавленість страхових компаній використання їх результатів для оцінки ризиків і вдосконалення андеррайтингу. На даний час велика кількість страховиків вважає за необхідне мати доступ до всієї інформації про стан здоров'я та історію хвороб найближчих родичів застрахованої людини, в тому числі і до генетичних даних, що пояснюється їхньою метою зробити процес оцінки ризиків точнішим.

Встановлено, що основними ризиками (негативними факторами) використання технологій генетичного аналізу для оцінки ризиків пов'язаних із життям та здоров'ям страхувальників є наступні [1; 2; 3; 4]:

1) інформаційна асиметрія – стан на ринку страхування, коли учасникам страхових відносин (страхувальникам та страховикам) є відомий різний за якістю та кількістю об'єм інформації про наявні ризики щодо життя та стану здоров'я майбутніх власників полісів страхування. Наприклад, страхувальники отримали результати свого генетичного тестування, які показують ймовірність зміни стану здоров'я та/або тривалості життя, однак не розголошують ці дані страховим компаніям перед укладенням договорів страхування;

2) генетична дискримінація – характеризується як різне та несправедливе, порівняно із рештою суспільства, ставлення (відмова в правах, привілеях, можливостях або інше недоброзичливе відношення) до людей беручи до уваги їхню генетичну інформацію [5-6]. У міжнародній практиці генетична дискримінація часто виникає з боку роботодавців та страхових компаній. Як наслідок, страх генетичної дискримінації у страхуванні може викликати небажання брати участь у генетичних дослідженнях та/або здійснювати генетичні аналіз за призначенням лікаря, побоюючись, що їх результати можуть бути використані, наприклад, страховими компаніями для зміни умов страхового договору на менш вигідних умовах для страхувальників [7];

3) витрати на проведення генетичних досліджень – якщо, наприклад, компанії страхування ризиків пов'язаних із життя та здоров'ям будуть вимагати від майбутніх страхувальників пред'явити результати певних генетичних аналізів для кращої оцінки страхових ризиків, то питання, хто буде

відшкодовувати витрати на їх проведення стане актуальним для всіх учасників страхових відносин;

4) відсутність єдиного підходу до використання генетичних досліджень у страхуванні – на сьогодні міжнародна практика, на жаль, не показує єдиного універсального підходу до регулювання страхового ринку та особливостей застосування на ньому технологій генетичного тестування [8].

При цьому, визначено, що основними можливостями (перевагами) використання генетичних досліджень для страхового ринку є:

1) високо технологічна оцінка ризиків пов'язаних із життям та здоров'ям страхувальників. Тут також варто відмітити постійне удосконалення та розвиток технологій генетичних аналізів та інтерпретації їх результатів [3-4];

2) позитивний вплив на систему охорони здоров'я – вдосконалення процесів попередження, діагностування та лікування хвороб; стимулювання розвитку та поширення технологій генетичного тестування в Україні.

Таким чином, проведене дослідження підтверджує наявність як ризиків (негативних факторів), так і можливостей (переваг) від використання технологій генетичних досліджень для страхового ринку щодо оцінки ризиків пов'язаних із життям та здоров'ям.

Література:

1. Chapman C. R., Mehta K. S., Parent B., Caplan A. L. Genetic discrimination: emerging ethical challenges in the context of advancing technology. *Journal of Law and the Biosciences*. 2019. № 7(1). С. 1-23.

2. Tiller J., Otlowski M., Lacaze P. Should Australia Ban the Use of Genetic Test Results in Life Insurance? *Front. Public Health*. 2017. № 5 (330). С. 1-4.

3. Joly Y., Feze I., Simard J. Genetic discrimination and life insurance: a systematic review of the evidence. *BMC Medicine*. 2013. № 11(25). С. 1-15.

4. Thomas R. G. Why Insurers Are Wrong about Adverse Selection. *Laws MDPI*. 2018. № 7 (2). С. 1-8.

5. Florida Bill Restricting Life Insurers' Use of Genetic Information Signed by Governor DeSantis. *National Law Review*. 2020. №11(188).

6. Ministry of Health, Singapore. MOH Circular No.08/2021. URL: <https://www.primarycarepages.sg/Pages/circulars-from-moh.aspx> (дата звернення: 03.10.2021).

7. Genetics and Insurance: Challenges and Opportunities III, Research and White Papers, Reinsurance Group of America, Incorporated. 2021. URL: <https://www.rgare.com/knowledge-center/media/research/genetics-and-insurance-challenges-and-opportunities-iii> (дата звернення: 08.10.2021).

8. Golinghorst D., De Paor A., Joly Y., Macdonald A.S., Otlowski M., Peter R., Prince A. Anti-selection & Genetic Testing in Insurance: An Interdisciplinary Perspective. *Journal of Law, Medicine, and Ethics*. 2021. №41. С. 1-25.

СТРАТЕГІЇ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Демченко В. О.,

канд. екон. наук,

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

У даний час більшість країн світу знаходяться в процесі змін та реформації щодо розвитку ефективного функціонування страхового захисту у період розвитку цифрової економіки.

В епоху швидких трансформаційних змін страховий ринок не може працювати за застарілими моделями, а отже повинен змінюватися, інакше є великий ризик залишитися позаду конкурентів, що призведе до можливої стогнації. Тому, рано чи пізно страховим компаніям доведеться прийняти нові правила розвитку і запроваджувати процес цифровізації. Однією із основних проблем, яка стосується страхування в Україні є те, що для більшості населення України страхування є малозрозумілим, яке до того ж не викликає особливої довіри. Реалії страхового ринку України такі, що громадяни у більшості випадків страхуються за необхідністю, якої не можна уникнути враховуючи обов'язковий характер певних видів страхування (в основному при оформленні кредитів або користуванні автомобілем).

Трансформація страхового ринку, передбачає використання цифрових технологій для оптимізації бізнес-процесів, підвищення продуктивності компанії і поліпшення досвіду взаємодії з клієнтами [1]. Найчастіше, метою цифровізації є задоволення потреб споживача, які змінюються разом з розвитком технологій, а саме – створення більш комфортної і оперативної взаємодії клієнта з компанією. Але у неї можуть бути й інші цілі, такі як: розширення асортименту страхових послуг; співвідношення ціни та якості; канали продажу та своєчасна інформація про послуги; залучення нових технологій; рівень обслуговування та технічна підтримка.

Стратегії розвитку компанії припускають якість початкової точки вивчення попиту споживачів, а для цього необхідно: - розширити критерії споживачів, за допомогою формується вибір страхового продукту (ціна, гарантії, фактори, які виявлять ефективність для споживачів даного продукту); - виявити головні фактори, які формують уявлення споживача щодо важливості страхового продукту (імідж, статистика попиту); - спрощення роботи з даними страхових компаній; - економія коштів (при грамотному підході); - висока конкурентоспроможність страховиків; - утримання позитивного іміджу страхових компаній (отримання гарантованих виплат).

Якісна страхова послуга для страхової компанії це: 1) послуга, що гарантує фінансову стійкість компанії; 2) умови страхування, що забезпечить захист майнових інтересів; 3) страховий тариф на рівні, відповідного до ціни застрахованих ризиків; 4) поєднання бачення страхувальника щодо гарантій виплат та реальному фінансовому захисту.

Відповідність даних стратегій можлива за рахунок використання новітніх цифрових технологій, введення інноваційних послуг, якісного планування, узагальнення внутрішньої структури компаній, мотивації для співробітників,

зацікавленості в поширенні послуг [2]. Також варто враховувати фактори підвищення мотивації співробітників, та підвищувати їх кваліфікацію навчальними тренінгами, що успішно реалізують стратегії конкретної організації. Фахівці з навчання в страхових компаніях повинні приділяти особливу увагу навчанню, щодо нових цифрових технологій, які забезпечать регулярну підготовку нових навчальних матеріалів [3]. Це підвищить конкурентоспроможність і економічну ефективність компанії.

Отже, стратегічне управління в умовах цифрової економіки проявляється як постійний процес, що потребує корекції, виходячи з нових технологічних умов та можливостей [4]. Розроблений стратегічний план може бути реалізований тільки при сталому та постійному вдосконаленню системи управління та реалізації. Швидкість опрацювання та оновлення інформації вимагає постійного вдосконалення навичок співробітників та підвищення їх кваліфікації.

Література:

1. Amy Danise (2020), How fast can I get life insurance? Forbes, March. URL: <https://www.forbes.com/advisor/life-insurance/how-fast> (дата звернення: 13.06.2021).
2. Greg Iacurci. Insurers pivot among declining interest rates. *Investment News*. 2019. August 15.
3. Lea Nonninger (2019), Prudential has acquired InsurTech Assurance for \$2.3 billion, BusinessInsider. URL: <https://www.businessinsider.com/prudential-acquires-assurance-for-hefty-price-2019-9> (дата звернення: 13.06.2021).
4. Третяк К.В., Демченко В.О. Впровадження та реалізація інноваційних продуктів зі страхування життя під впливом діджиталізації, *FORUM EFBM 2.0 28 вересня – 1 жовтня 2021. Зміни. Адаптація. Нова економіка Матеріали Міжнародного форуму, Діджиталізація ринку фінансових послуг: нові можливості та подолання бар'єрів Матеріали_СБРМ.pdf*.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Пікус Р. В.,

*канд. екон. наук, професор
КНУ ім. Тараса Шевченка*

В умовах швидкоплинного розвитку суспільства та стрімкого виникнення великої кількості різноманітних технологій, направлених на покращення ефективності ведення бізнесу питання використання новітніх технологій в сфері страхування набуває особливої актуальності. Це насамперед пов'язано зі зростанням рівня конкуренції серед страхових компаній через активне впровадження технологій міжнародними компаніями, які володіють більшим обсягом ресурсів для інноваційного розвитку, а також появою неklasичних страхових сервісів, які пропонують інноваційні страхові продукти на вигідних умовах, а отже, несуть загрозу класичному страховому бізнесу. Таким чином, впровадження інноваційних технологій страховими компаніями не просто

набирає важливості, а невдовзі стане необхідністю задля підтримки конкурентоздатності на сучасному страховому ринку.

Проте, важливо зазначити, що швидкий технологічний прогрес не тільки ставить нові завдання, а й насамперед відкриває нові можливості у цій сфері. Використання новітніх технологій забезпечує покращення ефективності різних напрямків страхової діяльності, як-от: вдосконалення процесу створення страхового продукту, підвищення якості супроводу страхового продукту, розвиток та автоматизацію каналів збуту послуг страхової організації, впровадження інструментів, спрямованих на підвищення результативності управлінської діяльності, а також покращення якості взаємодії страхової організації з іншими економічними суб'єктами. Таким чином, у сукупності, впровадження інновацій дозволяє загалом покращити ефективність ведення бізнесу.

Зважаючи на вищезазначені умови, страховим компаніям вкрай важливо відслідковувати сучасні тенденції на ринку технологій та імплементувати їх у свою бізнес-модель. Це, у свою чергу, диктує необхідність детального дослідження наявних на ринку технологій, проведення аналізу та перспектив їх використання на практиці, пошуку можливостей впровадження інновацій у вітчизняних страхових компаніях, дослідження вірогідних перепон на шляху інноваційного розвитку страхового ринку України.

Страховий ринок є важливою складовою фінансової системи розвиненої держави. Він являє собою складну багатофакторну, динамічну, структуровану систему економічних відносин, що виникають з приводу забезпечення потреби в страховому захисті. На мікроекономічному рівні його роллю є забезпечення оперативного відшкодування збитків громадян та швидкого поновлення виробничого процесу, тоді як на макроекономічному рівні страховий ринок покликаний забезпечити безперервність відтворювального процесу та економічного розвитку.

Інноваційні технології – невід'ємна частина успішного бізнесу вже в найближчому майбутньому. В залежності від об'єкта інновації у страховій діяльності можна виділити наступні види інновацій у страховій діяльності: продуктові, процесні, маркетингові та організаційні. Роль інновацій у страховій діяльності полягає у підвищенні ефективності діяльності, що сприяє максимізації прибутку або зменшенню витрат. Роль технологій та їх доступність у житті людей зростає і страхові компанії мають враховувати це у боротьбі за ефективну діяльність. Серед основних трендів, що вже поступово змінюють суспільство, а отже, мають вплив на страхування – діджиталізація та виникнення принципово нового класу споживачів, які надають перевагу онлайн-послугам та відрізняються вимогливістю до сервісу та бажанням отримувати персоналізовані страхові продукти на базі інноваційних технологій.

Для України характерним є досить низький рівень розвиненості страхового ринку у порівнянні з провідними країнами, проте в останні роки показники, які характеризують страховий ринок України показують тенденцію до покращення. Так, відбувається збільшення активів страхового ринку, страхових резервів, збільшується показник капіталізації в розрахунку на одну

компанію, має місце зменшення кількості неефективних страхових компаній та наявні тенденції до збільшення валових та чистих страхових премій, валових та чистих страхових виплат, а також рівня страхових виплат.

Розуміючи важливість впровадження інноваційних технологій, провідні страхові компанії на ринку України поступово впроваджують їх у свою діяльність. Серед інновацій, які вже поступово набирають популярності – телематичні пристрої в автомобілях, чат-боти, онлайн-консультації з лікарем, інноваційна онлайн-платформа для розширення агентської мережі, а також переведення каналів продажу в онлайн-простір. Це покликане зробити страхові продукти більш цікавими для споживача, підвищити лояльність клієнтів шляхом надання покращеного сервісу, оптимізувати бізнес-процеси та знизити витрати, а отже, в сукупності, підвищити ефективність страхового бізнесу.

Інтернет-страхування на вітчизняному ринку розвивається поки що тільки за рахунок провідних компаній. Швидкі темпи через свою зручність набуває популярність укладання договорів страхування цивільно-правової відповідальності власників та користувачів автотранспортних засобів в електронній формі. Оскільки на цей продукт сформувався великий попит, очікується інтерес до збільшення використання інтернет-страхування з боку інших компаній для підтримки конкурентоздатності.

Стійкий розвиток інтернет-страхування можливий тільки в разі наявності відповідного інституційно-правового забезпечення, що відповідатиме сучасним реаліям. Серед можливих напрямків вдосконалення інституційно-правового забезпечення розвитку інтернет-страхування є створення єдиної інформаційної системи, що буде відповідати за випуск, обіг та зберігання страхових полісів у бездокументарній формі, юридичне оформлення та розвиток такого інституту як страховий агрегатор, а також впровадження інституту страхового омбудсмана, що надасть можливість вирішувати суперечки між споживачами фінансових послуг в Україні.

Для впровадження інновацій у діяльність, страховій компанії необхідно мати достатнє фінансове забезпечення. Враховуючи вітчизняні реалії ринку, якщо компанія не може профінансувати інновації за рахунок власних коштів, до найперспективніших форм залучення зовнішніх фінансових ресурсів на інноваційну діяльність страхових компаній можна віднести венчурне фінансування, яке представлене венчурними фондами та приватними інвесторами, та краудінвестинг, що являє собою кредитування народними інвесторами. Великі компанії з гарною репутацією також можуть залучати кошти за рахунок первинного розміщення акцій на фондовому ринку. Вибір, яка форма фінансування інноваційної діяльності найкраще підходить в конкретному випадку, залежить від розміру страхової компанії та її фінансових можливостей та від масштабу та вартості реалізації інноваційного продукту.

Один із інноваційних продуктів, використання якого може мати позитивний вплив на фінансові результати діяльності страхової компанії – це страховий скоринг, заснований на кредитному скорингу. Його використання дозволяє спрогнозувати рівень збитковості за страховими полісами, а отже, підвищує якість прийняття рішень під час оформлення страхового поліса, надає

можливість персоналізувати страхування шляхом встановлення гнучкого страхового тарифу в залежності від «надійності» клієнта, що сприяє підвищенню лояльності клієнтів, а також дозволяє знизити ризики страхового шахрайства, що разом сприяє підвищенню ефективності фінансової діяльності страхової компанії загалом.

Література:

1. AI в страхуванні: три найзатребуваніших навички інтелектуальних систем. 2018. URL: <https://www.everest.ua/ai-platform/ai-business/ai-v-strakhuvanni-try-nayzatrebuvanishykh-navychky-intelektualnykh-system>

2. Алескерова Ю. В., Черній О.М. Розвиток інноваційної діяльності в страхових компаніях України. *Електронний науково-практичний журнал "Інфраструктура ринку"*. 2018. № 20. С. 208-212.

3. Борисюк О. Дистрибуція страхових продуктів як важливий елемент страхового менеджменту. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2018. №2. С.131-137.

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ОБОВ'ЯЗКОВОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Стецюк В. М.,

канд. екон. наук,

Національний університет харчових технологій

Толстенко О. Ю.,

канд. екон. наук,

Національний університет харчових технологій

Особливістю функціонування сучасної медичної галузі в Україні є конституційно закріплена норма її безкоштовності та загальнодоступності. Проте ця норма носить здебільшого декларативний характер, оскільки на практиці більшість послуг є фактично платними, а їх якість залежить від фінансових можливостей пацієнта. Ускладнює ситуацію і факт недофінансування медичної галузі, що обумовлюється відсутністю передумов для надання якісної медичної допомоги в необхідних обсягах, зокрема й для незахищених верств населення.

Згідно рекомендації Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), щоб медична сфера ефективно та у повному обсязі могла виконувати свої функції, витрати на медицину повинні становити не менше 5% ВВП країни. [1, с. 12]

Одним із способів на шляху до відчутного покращення ситуації для нашої країни та забезпечення медичної галузі достатнім рівнем фінансування, сформованим за допомогою страхових внесків є впровадження дієвих засад страхової медицини, зокрема загальнообов'язкового медичного страхування.

Обов'язкове медичне страхування – це страхування, в основі якого лежить принцип обов'язковості участі страхувальників (громадян, підприємств, підприємців) у фінансуванні охорони здоров'я шляхом внесення регулярних

страхових внесків до відповідних фондів держави або шляхом залучення до цього процесу уповноважених страхових компаній. Потрібно враховувати, що його функціонування повинно ґрунтуватись на відповідних принципах: відшкодування, солідарності, паритетності представництва суб'єктів та учасників обов'язкового медичного страхування, обов'язковості сплати страхувальниками страхових платежів, створення умов для забезпечення доступності та якості медичної допомоги в межах програм страхування. [2, с. 110]

Принцип відшкодування передбачає, що за допомогою коштів обов'язкового медичного страхування гарантується безоплатне надання застрахованій особі медичної допомоги в разі настання страхового випадку. Принцип еквівалентності також означає стійкість цієї системи, що забезпечується на основі еквівалентності страхового забезпечення засобів обов'язкового медичного страхування. Під принципом солідарності, розуміється наявність державних гарантій дотримання прав застрахованих осіб у межах базової програми страхування, не залежно від фінансового стану страховика, згідно з якою страхова медицина має фінансуватися з усієї суми податків, а не лише тих, які платять працевлаштовані офіційно. На шляху до запровадження обов'язкової страхової медицини система охорони здоров'я повинна пройти певні етапи її реформування, яке розпочалась шляхом створення у 2017 році відокремленої установи — Національної служби здоров'я України, на яку покладено функції розподільника коштів для фінансування медичної галузі. У межах цього етапу відокремлено первинну ланку лікарів, що дозволило підвищити конкуренцію на ринку медичних послуг, а також спричинило зростання реальної заробітної плати медичних працівників. Зараз триває другий етап- відбувається адаптація всіх медичних установ до умов діяльності, зростання конкуренції на ринку медичних послуг, реалізації принципу «гроші ідуть за пацієнтом».

Третім етапом, який нині ще не впроваджений є формування на законодавчому рівні відповідних засад для створення системи медичного страхування, як передумови для формування засад розвитку обов'язкового медичного страхування. На цьому етапі потрібно досягти тісної взаємодії медичних установ зі страховими компаніями щодо створення переліку медичних послуг та лікарських засобів, вартість яких має покриватись за рахунок страхових коштів, та формування консолідованого пакету оцінювання ризиків. Очікується, що з прийняттям закону про обов'язкове медичне страхування мають бути застраховані всі жителі України, а страхові поліси будуть надаватись страховими компаніями, що спеціалізуються на лайфовому страхуванні в частині обов'язкового медичного страхування. До таких страхових компаній будуть висуватись вимоги з приводу стабільності фінансового стану і здатності організувати лікування застрахованих осіб.

Після введення обов'язкового медичного страхування українці сплачуватимуть регулярні страхові внески, розмір яких буде визначений законом «Про обов'язкове медичне страхування».

Голова Комітету Верховної Ради України з питань здоров'я нації, медичної допомоги та медичного страхування Михайло Радущий, в своєму інтерв'ю агентству "Інтерфакс-Україна" зазначив: «У 2023 році в Україні має бути обов'язкове медичне страхування. Сьогодні ми працюємо над вибором моделі. Щойно визначимо модель, почнемо писати закон. Моє бачення: медичне страхування має розвиватися у рамках Національної служби здоров'я, - це не медики, це фінансисти, вони рахують гроші, відповідають за стандарти якості, виконують контрольні функції" [3].

В сучасних умовах медичне страхування може стати найважливішою складовою частиною системи охорони здоров'я, покликаної усувати або пом'якшувати вплив ряду непередбачених обставин, які виникають в житті людини і негативно відбиваються на її здоров'ї.

Література:

1. Спільний звіт Всесвітньої організації охорони здоров'я та світового банку «Україна: огляд реформи фінансування охорони здоров'я 2016-2019 роки. URL: https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0018/425340/WHO-WB-Joint-Report_UKR_Full-report_Web.pdf

2. Барзилович А. Д. Впровадження обов'язкового медичного страхування в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 5-6. С. 109–114.

3. Радущий М. Обов'язкове медичне страхування з'явиться в Україні вже у 2023. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/pharmacy/735968.html>

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ В СТРАХУВАННІ ПІД ВПЛИВОМ ТЕСН-ТЕНДЕНЦІЙ

Третяк К. В.,

канд. екон. наук,

Національний університет харчових технологій

Глобальний характер кіберпростору детермінує необхідність створення новітніх форматів страхування. Традиційні страхові компанії найближчим часом стикнуться з проблемою втрати клієнтів, що переходитимуть до InsurTech-компаній цифрового формату – страховиків, які активно використовуватимуть технології та інновації в процесі здійснення страхової діяльності.

Стратегії розвитку та ефективного функціонування учасників страхового ринку повинні будуватися на використанні новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, наданні послуг в цифровому форматі та щільній взаємодії зі страхувальниками в контексті врахування провідних Tech-тенденцій [1]. Протягом 2021-2030 років страхові компанії, повністю оснащені технологіями, будуть суттєво відрізнятися від сьогоднішніх страховиків. Цьому сприятиме ефективне використання Tech-тенденцій, правильне їх комбінування та введення в різні бізнес-процеси страховиків.

Технологічні тенденції мають вплив на саму природу страхування. Цей прояв можна прослідкувати в різних сферах та галузях страхування. Так, в

автотранспортному страхуванні ризик перейде від водіїв до штучного інтелекту (AI) та програмного забезпечення самокерованих автомобілів. Супутники, безпілотники та набори даних у режимі реального часу дадуть страховикам розширені можливості щодо оцінки ризиків кожного окремого об'єкту, що призведе до більшої їх точності. Обробка претензій після настання природних катастроф буде автоматизованою, надмірно масштабованою та точною. Сфера страхування життя зможе представити на ринок «обгорнуті» продукти, які легко регулюватимуть покриття відповідно до зміни потреб страхувальників [2].

Трансформаційні перетворення на страховому ринку під впливом Tech-тенденцій не є науковою новизною. Технології, що стоять за ними, вже існують, а інноваційні пропозиції можуть стати масовими впродовж наступного десятиліття (2021-2030 рр.). В останні кілька років з'явилися основні технологічні тенденції, які впливають практично на кожну галузь. Різноманітні технологічні досягнення і зрушення змінюють продукти та послуги в різних сферах.

На сьогоднішній день в сучасному світі спостерігається десять Tech-тенденцій, які мають найбільше значення для менеджерів вищої ланки у різних галузях промисловості, а саме: використання штучного інтелекту; розмежована інфраструктура; майбутнє зв'язків; автоматизація та віртуалізація процесів нового рівня; архітектура довіри; обчислювальна техніка нового покоління; майбутнє програмування; біореволюція; наноматеріали; майбутнє чистих технологій. Кожна Tech-тенденція має показник імпульсу, який розраховується на основі темпів зростання технологій, що лежать в основі поглибленого аналізу шести показників проксі, а саме: подання патентів, публікацій, згадок про новини, тенденції онлайн-пошуку, загальних приватних інвестицій, а також кількість компаній, що здійснюють інвестиції. З визначеного кола Tech-тенденцій, враховуючи вплив на страхування за різними напрямками та основними процесами, саме перші п'ять мають безпосередній вплив на страхування. Впровадження даних технологій в страхуванні надає переваги щодо розвитку, але, одночасно, передбачає появу нових ризиків (посилена конкуренція з боку цифрових зловмисників, про що свідчить велика кількість нових страховиків, створених на міжнародному ринку впродовж останніх трьох років).

Для ефективного функціонування страхові компанії повинні будуть адаптувати свої операційні моделі, продукти та основні процеси до нової реальності, враховуючи можливості використання технологій для покращення своєї діяльності [3]. На страховому ринку необхідною є відмова від усталених стереотипів і бізнес-моделей та прийняття нових способів розробки та реалізації страхових послуг, які докорінно можуть відрізнитися від існуючих на сьогоднішній день.

Використання Tech-тенденцій, розглянутих вище, змінюватиме страховий ринок та розширюватиме можливості його розвитку [4]. Поза всяким сумнівом, межі між технологіями та страхуванням продовжуватимуть вирівнюватися. Ці зрушення вже здійснюють свій вплив в глобальному просторі, тому страхові компанії повинні реагувати на них зараз, щоб сформувати більш амбітне

бачення того, як технології можуть позитивно вплинути на ефективність їх функціонування. Задля охоплення потенціалу Tech-тенденцій, страховики повинні розширювати свої технологічні можливості, аналізувати технологічні тенденції та їхні наслідки для страхового бізнесу та впроваджувати нові страхові послуги.

Література:

1. Insurance in the Digital Age. Research report, p.10. The Geneva Association. URL: https://www.genevaassociation.org/sites/default/files/research-topics-document-type/pdf_public/insurance_in_the_digital_age_01.pdf

2. Lea Nonninger (2019), Prudential has acquired InsurTech Assurance for \$2.3 billion, BusinessInsider. URL: <https://www.businessinsider.com/prudential-acquires-assurance-for-hefty-price-2019-9>

3. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_FS_2025.pdf?v=4

4. Офіційний портал Міністерства цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/ministry>

INSURTECH: СУЧАСНІ ТРЕНДИ РИНКУ АВТОСТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ

Тринчук В. В.,

канд. екон. наук, доцент

Університет державної фіскальної служби України

Табахарник О. Я.,

Університет державної фіскальної служби України

Автомобільне страхування є важливим сегментом страхового ринку у багатьох країнах світу. Постійне зростання кількості автомобілів, аварійність на дорогах та інші ризики спонукають власників транспортних засобів перейматися питаннями захисту від фінансових втрат, які будуть понесені в процесі експлуатації автомобіля [1]. Саме цим і зумовлена посилена увага до інституту страхування, зокрема в частині впровадження інноваційних рішень у процесі реалізації надання страхових послуг.

Використання сучасних інформаційних технологій, формування страхової культури [2], підвищення рівня доступності для клієнта [3], – усе це впливає на інноваційний розвиток ринку автострахування.

Цифровізація у сфері автомобільного страхування торкнулась як продуктів майнового страхування, так і страхування відповідальності. Карантинні обмеження [4] дали поштовх подальшому розвитку електронних сервісів обслуговування страхувальників. Сьогодні стає звичною практикою можливість отримати страхові послуги у будь-якому місці, відбувається спрощення процедури документального підтвердження аварії, евакуації автомобіля з місця ДТП, швидше надається технічна допомога в дорозі. Вагомим кроком з цифровізації стало створення системи «Електронного Європротоколу», який дозволяє самостійно зафіксувати ДТП водіями без участі

поліції на спеціальному бланку. Також в Україні з 07 лютого 2018 року реалізована можливість укладання договорів обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів в електронній формі (табл. 1).

Таблиця 1

Показники укладання електронних договорів ОСЦПВ [5]

Показник	2018	2019	2020	I півріччя 2021
Електронний договір, шт.	143 510	1 224 419	3 095 479	2 061 021
Частка електронних договорів, %	1,86%	15,35	37,15	47,3%
Паперові договори, шт.	7 756 767	6 778 860	5 238 345	2 301 120
Всього, шт.	7 720 277	8 003 279	8 333 824	4 362 141

Сьогодні все більшим популярним в автострахуванні стає використання страхової телематики. Наприклад, страхова компанія «Універсальна» має додаток «UNIVERSALNA by Kasko2GO», в якому є можливість підібрати для себе умови та оформити КАСКО без особливих знань та зусиль. Додаток у режимі реального часу аналізує показники водіння на основі штучного інтелекту та BigData. Зазначений додаток можна встановити та здійснити тест-драйв для отримання орієнтовної вартості за договором КАСКО.

Аналогічний продукт «КАСКО «СМАРТ» має страхова компанія «ARX». Автомобіль обладнується телематичним пристроєм, що разом із завантаженим мобільним додатком Smart Drive фіксує основні показники водіння: швидкість, прискорення, маневри, гальмування, та використання смартфона за кермом. Для запису й оцінки поїздки на мобільному пристрої, на якому встановлено Smart Drive, повинні бути постійно ввімкнені мобільний інтернет, Bluetooth та геолокація (місцеперебування) пристрою. Страховик 10% знижки гарантує під час встановлення пристрою та до 35% – за вправне керування [6].

Важливим кроком у трансформації української цифровізації стала можливість відображення повного набору водійських документів на автомобіль у додатку «Дія», в тому числі і договору ОСЦПВ. Електронний поліс відображається тільки у власників автомобілів в меню картки техпаспорта, по кожному документу робиться запит за номером авто в систему МТСБУ щодо його наявності.

Отже, високий рівень конкуренції серед страховиків, запити страхувальників, карантинні обмеження, розвиток інформаційних технологій вимагають від страхових компаній України активно змінюватись. Важливе значення на шляху такої трансформації мають інформаційні технології, які торкаються питань цифровізації страхової галузі в цілому й автострахування зокрема. Доба Insurtech супроводжується активним використанням мобільних пристроїв та комп'ютерів, функціонуванням електронних платіжних систем, розбудовою фінансових екосистем, активним застосуванням р2р платформ для реалізації страхових послуг та врегулювання збитків. Актуальним питанням залишається пошук інноваційних рішень для боротьби зі страховим шахрайством, управління кібер-ризиками, захист персональних даних та

аналітична обробки значних обсягів телеметричної інформації з пристроїв та сенсорів тощо.

Література:

1. Автомобільне страхування в системі безпеки дорожнього руху: кол. моногр. Наук. ред. та кер. кол. авт. О.М. Залетов. К.: Міжнародна агенція «BeeZone», 2012.
2. Ротова Т. А., Тринчук В. В. Культура страхування. *Страхова справа*. 2004. 4. С. 28-30.
3. Шірінян Л.В., Шірінян А.А. Ключові показники ефективності функціонування страхового ринку для держави. *Бізнес Інформ*. 2019. 8. С. 158-164.
4. Polinkevych O., Khovrak I., Trynchuk V., Klapkiv Y., Volynets I. Business Risk Management in Times of Crises and Pandemics. *Montenegrin Journal of Economics*. 2020. 17 (3). С.117-128.
5. Новини МТСБУ. В 2020 році укладено понад 3 млн. електронних договорів. URL: <http://www.mtsbu.ua/ua/presscenter/news/162805/>
6. Про послугу. URL: <https://arx.com.ua/produkty/kasko/kasko-smart>

ОЦІНКА ВАРТОСТІ РЕКЛАМИ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Шірінян Л. В.,

д. екон. наук, професор

Сідерова А. П.,

Національний університет харчових технологій

Проведення ретельно спланованої рекламної кампанії може покращити загальний рівень страхової культури та поінформованості населення про суть і форми страхування, нівелювати недовіру до страхових компаній. При цьому перевагу отримають ті страховики, які першими усвідомлять перспективи цілеспрямованого впливу на масову свідомість, оскільки лояльність клієнтів стосовно певної страхової компанії нині практично відсутня.

Для більшості українських страховиків під час виміру ефективності та доцільності рекламної компанії на перший план виступають витрати на її проведення. Тому важливим є визначення вартості реклами для страхових компаній з метою отримання уявлення про потенційні можливості вітчизняних страховиків до інформування населення засобами реклами.

Аналіз ринку рекламних послуг в місті Києві засвідчив, що існує велике різноманіття різних видів розміщення реклами, які відрізняються за видами, складністю та, як наслідок, за вартістю.

Для отримання уявлення про вартість усієї рекламної кампанії нового страхового продукту уявної страхової компанії ми розрахували сумарні витрати, враховуючи приблизну кількість рекламоносіїв та вартість розміщення реклами. Вартість рекламної кампанії включає вартість дизайну, друку рекламних матеріалів, а також розміщення реклами. Ціни було обрано за допомогою пошуку компаній в Інтернеті, тому вони є однаковими для всіх

страхових компаній. Ціни є приблизними, адже остаточна вартість залежить від багатьох умов, таких як складність, термін, вид та технології реклами.

За нашими розрахунками страхова компанія повинна витратити на рекламу страхування нового продукту 30752,25 тис. грн на місяць, що становить приблизно 13% від середнього розміру власного капіталу страхових компаній в Україні – 237710 тис. грн. Якщо розрахувати цю ж вартість реклами для топ - 10 страхових компаній України за величиною власного капіталу на 2021 рік, чий власний капітал становить 415991-1027714 тис. грн, то вартість реклами становитиме близько 5% від середнього розміру їх власного капіталу [1].

Необхідно зауважити, що розрахунок був проведений лише для одного міста (Києва) та з приблизною кількістю видів та розміщень реклами. Тобто, страхова компанія може збільшити кількість та види розміщень, наприклад, використовуючи додаткові місця, що, своєю чергою, збільшить вартість рекламної кампанії. Якщо компанію створено не так давно і в її розпорядженні незначні фінансові ресурси, вона може зменшити вартість реклами, прибравши деякі її види.

Отже, вартість рекламної компанії не є занадто високою для українських страховиків, оскільки вони можуть обирати з великої кількості різних рекламних інструментів ті, що найкраще відповідають фінансовим ресурсам компанії та масштабам її діяльності. При цьому ефект від якісної реклами страхової компанії або її продукту повинен бути набагато більшим за витрати на неї, оскільки в Україні дуже слабка обізнаність населення в існуючих страхових продуктах, а також немає сформованої лояльності страхувальників до певних страхових компаній. Тому, страхові компанії, що проводять активну рекламну компанію отримують перевагу перед своїми конкурентами, маючи більшу кількість потенційних страхувальників.

Література:

1. Рейтинг страховых компаний по капиталу за 1 квартал 2021 года. Онлайн-журнал «Фориншурер». URL: <https://forinsurer.com/ratings/nonlife/21/3/2>

ФІНАНСОВИЙ МОНІТОРИНГ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ: НОВІ ПРИНЦИПИ ТА ПІДХОДИ

Яворська Т. В.,

д. екон. наук, професор

Львівський національний університет імені Івана Франка

Боротьба з відмивання коштів, отриманих злочинним шляхом та фінансування тероризму є окремим напрямом боротьби зі злочинністю як у світі, так і в Україні, який потребує використання ефективних методів протистояння. Ці методи мають не лише економічний, а й виражений соціальний характер, тому заходи щодо протидії та виявлення цих процесів здійснюються комплексно – на міжнародному рівні, на рівні держави, на рівні кожної страхової компанії.

Засадничими у протидії легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом, є рекомендації Міжнародної групи з розроблення фінансових заходів боротьби з відмиванням доходів. Ця організація щороку визначає перелік країн, які не беруть участі у міжнародному співробітництві у сфері запобігання та протидії легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом та фінансування тероризму. Для низки міжнародних універсальних організацій – Організації Об'єднаних Націй, Міжнародного Валютного Фонду – боротьба з відмиванням коштів також є одним із пріоритетних завдань. Вона стала предметом уваги й міжнародних організацій у фінансовій сфері, зокрема Міжнародної асоціації страхових наглядачів, яка визнала боротьбу з відмиванням грошей своїм пріоритетним завданням. У юрисдикції більшості країн-членів цієї організації відмивання грошей та фінансування тероризму є кримінальним злочином, що карається законом.

Поряд з міжнародними ініціативами щодо боротьби з відмиванням грошей та фінансуванням тероризму, формуються й національні інструменти для боротьби з цими процесами. Основні організаційно-правові засади викладено у Законі України “Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг” № 2664-III від 12 липня 2001 р. зі змінами та доповненнями, Законі України “Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення” № 361-IX від 06.12.2019 та низці нормативно-правових документів, зокрема у Постанові Правління Національного банку України «Про затвердження положення про здійснення установами фінансового моніторингу» №107 від 28.07.2020 р.

Страхові компанії є суб'єктами первинного фінансового моніторингу, які зобов'язані у своїй діяльності застосовувати ризик-орієнтований підхід, враховуючи відповідні критерії ризику. Ці критерії ризику пов'язані з клієнтами страхової компанії, географічним розташуванням держави реєстрації клієнта, видом послуг, що клієнт отримує від страхової компанії, способом надання чи отримання послуг.

Організуюючи систему фінансового моніторингу страхові компанії, мають дотримуватися відповідних засад:

- визначити ризик-орієнтований підхід у внутрішніх документах з урахуванням рекомендацій Національного банку України;
- здійснювати оцінку (переоцінку) ризиків, у тому числі тих, що характерні діяльності страхової компанії;
- підтримувати в актуальному стані інформацію щодо оцінки ризиків страхової компанії (ризик-профіль суб'єкта первинного фінансового моніторингу), та ризику своїх клієнтів так, щоб розуміти ризики, що становлять для страховика такі клієнти (ризик-профіль клієнтів);
- розробляти критерії ризиків з врахуванням типологічних досліджень у сфері запобігання та протидії, підготовлені Державною службою фінансового моніторингу та оприлюднені нею на своєму веб-сайті, результати національної оцінки ризиків, а також рекомендації Національного банку України;

- здійснювати належну перевірку нових клієнтів, а також існуючих клієнтів;

- забезпечувати виявлення, зокрема з використанням системи автоматизації, страхових послуг, що підлягають фінансовому моніторингу, до початку, у процесі, у день виникнення підозри, після надання страхової послуги або під час спроби її надання чи після відмови клієнта від її проведення.

Отже, у новій системі фінансового моніторингу боротьба здійснюється не лише санкціями, а й змінами у підходах, зокрема в застосуванні ризик-орієнтованих механізмів гальмування і блокування розвитку тіньових схем у діяльності страхових компаній.

СЕКЦІЯ 5

ФУНКЦІОНУВАННЯ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗМІЩЕННЯ КОШТІВ ФІЗИЧНИХ ТА ЮРИДИЧНИХ ОСІБ НА БАНКІВСЬКИХ ДЕПОЗИТАХ

Бойко С. В.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Герасименко Д. Д.,

Національний університет харчових технологій

Депозитні операції забезпечують формування більшої частини фінансових ресурсів комерційного банку. Визначений курс України на євроінтеграцію та приєднання до міжнародних стандартів фінансових операцій актуалізує дослідження досвіду зарубіжних країн.

В процесі дослідження були використані методи економічного аналізу, порівняння, систематизації та логічного узагальнення.

В зарубіжній практиці спостерігається відмінність підходів до ціноутворення на депозитні продукти. Аналіз динаміки відсоткових ставок за депозитами для фізичних та юридичних осіб в країнах Європейського Союзу показав наявність як від'ємних, так і позитивних відсоткових ставок за депозитами. Так, протягом 2020-2021 років комерційні банки пропонували відкриття рахунків юридичним особам зі ставкою від -0,5% до 0,86%, а фізичним особам – від -0,22% до 1,56% [2].

Спектр депозитних послуг в зарубіжних країнах є досить різноманітним. Так, у Франції фізичні особи мають можливість відкрити безстрокові та ощадні депозити. Перші характеризуються відсутністю податку на доходи за депозитом, другі – наявністю ощадної книжки. Варто зазначити, що для осіб з низьким рівнем доходу комерційні банки пропонують відкриття народної ощадної книжки з відсутністю оподаткування та вищою відсотковою ставкою. В США, в свою чергу, відкриття депозитного рахунку може супроводжуватися оформленням депозитного сертифікату, який дозволяє установі не вилучати кошти з обігу, які становлять внесок клієнта. У комерційних банках Великобританії наявна послуга відкриття депозитного рахунку дистанційно для осіб, які планують навчатися в країні або переїхати до неї на постійне проживання. Клієнти VIP-сегменту, в свою чергу, можуть відкрити депозитний рахунок преміум класу, який надає власнику ряд привілеїв та знижок. Досвід сусідніх країн, таких як Польща, показав наявність депозитних продуктів для новонароджених для стимулювання попиту населення та нарощення клієнтської бази.

Як було зазначено, доходи за депозитами фізичних осіб підлягають оподаткуванню. Ставка податку в зарубіжних країнах світу варіює від 15% до 50%. Однак, в ряді країн, наприклад, в Китаї, Естонії та Гонконзі, відсутнє оподаткування депозитів [1].

Потреба в захисті вкладів фізичних та юридичних осіб зумовила розвиток систем страхування депозитів. В ЄС та США під страхування підпадають вклади як фізичних, так в юридичних осіб. Максимальна сума компенсації

становить в ЄС 100 (500) тис. євро, а в США – 250 тис. дол. США [3]. В Україні, натомість, страхуванню підлягають виключно депозити фізичних осіб та ФОП. Питання страхування юридичних осіб залишається відкритим.

Впровадження зарубіжного досвіду здійснення депозитної діяльності у комерційних банках України, з урахуванням особливостей їх функціонування, матиме позитивний вплив на ефективність їх діяльності, підвищить конкурентоздатність та платоспроможність.

Література:

1. Матвійчук Н. Оподаткування доходів по депозитах в Україні: «за» і «проти». URL: <https://minfin.com.ua/ua/2021/07/06/67463697/> (дата звернення: 11.10.2021).

2. MFI Interest Rate Statistics. URL: <https://sdw.ecb.europa.eu/reports.do?node=1000004921> (дата звернення: 11.10.2021).

3. Understanding Deposit Insurance. URL: <https://www.fdic.gov/deposit/deposits/> (дата звернення: 11.10.2021).

УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ БАНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Дем'яненко І. В.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Ширай Д. О.,

Національний університет харчових технологій

Кредитний потенціал доволі нова, ще недостатньо досліджена фінансова категорія, що визначає потенційні можливості здійснення кредитної діяльності банківською установою. Зазвичай кредитний потенціал ототожнюють з максимально можливим обсягом власних та залучених коштів банку (з урахуванням нематеріальних активів), які установа банку може розмістити у заборгованість на принципах банківського кредитування та інвестування, відкоригований на законодавчо встановлений резерв ліквідності визначений нормативними актами [4]. Тобто кредитний потенціал уособлює в собі всі мобілізовані фінансові ресурси банківської установи зменшені на загальний резерв ліквідності, що залежить від нормативу обов'язкового резервування встановленого НБУ, та від самостійно встановленого рівня ліквідності (внутрішнього нормативу банку) [3]. Крім того, на наш погляд, в умовах тривалого прояву кризових явищ в економіці країни суттєвого значення набуває проблема формування попиту на кредитні ресурси кредитоспроможними позичальниками. Сама наявність таких позичальників, що відповідають вимогам за критеріями оцінки кредитоспроможності є проблематичною, що обмежує можливості кредитної діяльності банківських установ. Таким чином передумовою ефективної реалізації (використання)

кредитного потенціалу банківських установ є наявність платоспроможних позичальників та відсутність у них надмірного боргового навантаження [2].

З поглибленням ринкових перетворень економіки, зміст діяльності банківських установ як і підприємств кардинально змінюється, розширюються критерії та підвищуються вимоги до конкурентоспроможності, постійно вдосконалюється ринок кредитних послуг, розвивається концепція комплексного підходу до продажу банківських послуг корпоративним та приватним клієнтам. Безумовно вартість кредиту повинна відповідати передбачуваному ступеню ризику. Політика банку має бути спрямована на створення стабільних, прибуткових для банку відносин з клієнтами. Кредитування є найважливішою сферою активних операцій, а позиковий портфель зазвичай становить від однієї третини до половини всіх активів банку. Основна увага надається сучасній системі та базовим процедурам управління кредитним ризиком, контролю ризиків у процесі кредитування, аналізу типових проблем, які необхідно вирішити для успішного впровадження системи управління кредитним ризиком.

Управління кредитним потенціалом перш за все спрямовано на збільшення кредитних ресурсів банку та використання ефективних методів їх розміщення. Для управління кредитним потенціалом банку можна застосовувати модель, що базується на використанні цих методів. Кредитний потенціал установи банку окреслюється як частина ресурсної бази, яку можна використовувати для кредитування та інших активних операцій. Для його оцінки необхідно застосовувати методи, що включають кількісні та якісні параметри [1].

Кредитний потенціал є одним із основних чинників в процесі формування фінансової політики банку. Кредитний потенціал визначає кількісні межі кредитної політики банку (ліміти, показники кредитного контролю) і таким чином обмежує здатність банку проводити кредитні операції. Крім того, кредитний потенціал впливає на відсоткову політику банку. За постійного попиту на кредити та щодо невеликої частки вільних ресурсів, відсоткова ставка банку підвищується, у протилежній ситуації – падає.

Для оцінки кредитного потенціалу банку доцільно використовувати порівняльний аналіз, метод угруповання, економіко-статистичні методи та створити інформаційну базу, яка повинна включати: динамічні ряди з окремих видів коштів кредитного потенціалу; класифікація коштів кредитного потенціалу за розмірами, термінами, групами клієнтів; визначення стабільної частини кожного виду коштів кредитного потенціалу; номінальна та реальна вартість коштів кредитного потенціалу (з урахуванням податкових поправок, резервних вимог тощо); середньозважена вартість коштів кредитного потенціалу [5].

Подальше поглиблення методологічних підходів до розкриття змісту та кількісної оцінки кредитного потенціалу установ банків і як наслідок формування оптимальної інформації в основі визначення можливостей створення позитивного кредитного потенціалу банків у сучасних умовах є надзвичайно актуальним. Так запровадження розроблених Завадською Д.

методологічних підходів згідно яких кредитний потенціал визначається як можливе збільшення кредитів, а не весь результат кредитної діяльності, причому його кількісна оцінка базується на дотриманні банківськими установами економічних стандартів із врахуванням ряду обмежень дозволить оцінити передумови розвитку банківського кредитування та здійснення позитивного внеску банківського сектору в економічне зростання підприємств і країни в цілому [2].

Література:

1. Довгаль Ж.М. Менеджмент у банку: підруч. Тернопіль: Економічна думка. 2017. 517 с.
2. Завадська Д. Удосконалення методології оцінки кредитного потенціалу банків України. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2020. № 1-2 (274-275). С. 10-27.
3. Коцовська Р.Р., Павлишин О.П., Хміль Л.М. Банківські операції: навч. посіб. К.: УБС НБУ: Знання, 2010. 390 с.
4. Кравець А.Ю. Економічна природа, сутність та зміст поняття кредитного потенціалу банку в умовах транзитивної економіки. *Вісник Української академії банківської справи*. 2008. №2 (25). С. 76-80.
5. Примостка Л.О. Фінансовий менеджмент у банку: підруч. 3-тє вид., доп. і перероб. К.: КНЕУ, 2012. 338 с.

ІПОТЕЧНЕ КРЕДИТУВАННЯ ЯК РЕАЛЬНИЙ СТИМУЛ ДО ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ

Климаш Н. І.,

канд. екон. наук, доцент

Національний університет харчових технологій

Потреба українців у власному житлі доволі значна і останніми роками активізація на ринку нерухомості стала особливо помітною. Такому стану речей є декілька пояснень: по-перше, значна частина молодих людей переїжджають із сіл і малих міст до великих, де є ширші можливості працевлаштування; по-друге, у зв'язку із пандемією значна частина людей, які працювали за кордоном шукають роботу в Україні, а відтак мають потребу у житлі; по-третє, державні програми щодо іпотечного кредитування стали доступнішими і сприяли купівлі житла як на первинному, так і на вторинному ринку.

За даними оцінки експертів [1] на кожного українця нині припадає лише 0,25 м² нового житла, а за забезпеченістю власними квадратними метрами країна відчутно відстає від Євросоюзу: в Україні на 1 тис. осіб припадає 400 квартир, водночас аналогічний середньоєвропейський показник – 486. Водночас житло на вітчизняному ринку не вирізняється якістю: за даними компанії Київміськбуд, однієї з найбільших у країні, знос житлового фонду становить 70%. В Україні вельми часті випадки, коли відразу кілька поколінь однієї родини живе в єдиній квартирі.

Значна частина виданих іпотечних кредитів, близько 80%, припадає на вторинний ринок нерухомості, і лише 20% на первинний. Дана обставина пояснюється особливостями банківського регулювання: за існуючою в Україні процедурою банки не можуть прийняти як заставу житло, яке ще не введено в експлуатацію. Тому охочі придбати квартиру дешевше, сплативши кошти на етапі початку будівництва, рідко можуть знайти порозуміння з представниками банку.

Іпотечне кредитування покликане стати тим інструментом, яке сприятиме розвитку житлового будівництва та зростанню економіки країни. На підтвердження останньої тези може слугувати наступне. Здешевлення кредитів під іпотеку підвищуватиме попит на даний банківський продукт та зростатиме кількість укладених договорів страхування іпотечного майна, що, безперечно, впливатиме на зростання ВВП.

На початку весни 2021 р. розпочала роботу програма «Доступна іпотека 7%», відповідно до якої держава сплачує замість позичальника частину процентних витрат, а боржнику потрібно сплачувати лише 7% річних, у той час як середня ринкова ставка є близько 12%. [2].

Програма пожвавила іпотечне кредитування. Високі темпи зростання є природними з огляду на надзвичайно низьке проникнення іпотечного кредитування в Україні. В Європі обсяг іпотеки може сягати 50% ВВП країни. В Україні це співвідношення є все ще меншим 1%. Тож потенціал у вітчизняної іпотеки величезний. Навіть якщо високі темпи її зростання збережуться, нам знадобиться десятиліття, щоб досягнути середньоєвропейського рівня.

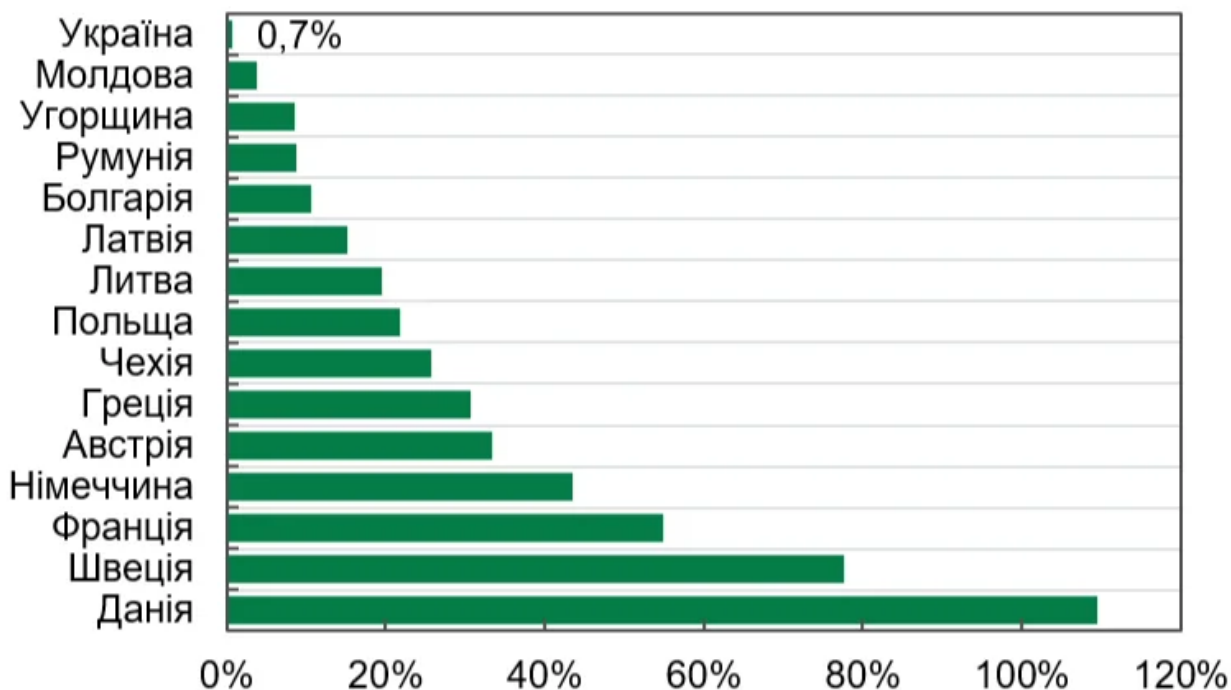


Рис. 1. Співвідношення іпотеки до ВВП у 2020 році за країнами [2]

Станом на 4 листопада 2021 р. до програми «Доступна іпотека 7%» залучено 19 банків, з якими позичальники заключили 1027 договорів на суму 888 млн грн. [2].

Отже, стає очевидним, що іпотечне кредитування має усі шанси до зростання. У даному процесі зацікавлені всі сторони та держава, оскільки є нагальна потреба покращення житлових умов українців та нарощування економіки країни.

Література:

1. Угніва С., Верстюк І. Щасливі метри боргу. Чому українці знову стали брати іпотечні кредити, і за рахунок чого зростає ринок нерухомості. *Нове время*. №4. 4 лютого 2021 р.

2. Іпотека в Україні. Що заважає розвитку і як пришвидшити процес / Новое время. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/ipoteka-v-ukrajini-chogo-ne-vistachaye-kredituvannyu-i-yak-ce-vipraviti-novini-ukrajini-50187447.html>.

3. Офіційний сайт Фонду розвитку підприємництва: Інформація про результати державної програми «Доступна іпотека 7%». URL: <https://bdf.gov.ua/uk/publicna-informaciya>

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ

Лисенок О. В.,

д. екон. наук, професор

Національний університет харчових технологій

Корнієнко М. В.,

Національний університет харчових технологій

У сучасних умовах, коли відбувається постійний розвиток та розробка нових технологій у всіх сферах нашого життя, інновації є фактором, який передбачає прогрес та економічний зріст і, відповідно, модернізацію всіх секторів економіки. Саме тому впровадження банківських інновацій є не тільки важливим та нагальним чинником забезпечення ефективної діяльності в банківському секторі, а й гарантією виживання на фінансовому ринку.

Попит споживачів був рушійною силою до винайдення більшості банківських інноваційних технологій, а протягом останніх років їх структура зазнала значних змін. На даний момент можна виокремити наступні тенденції розвитку ринку інноваційних банківських послуг.

1. Розвиток дистанційного обслуговування клієнтів та надання банківських послуг через інтернет-банкінг (мобільний банкінг). Такий вид обслуговування є надзвичайно зручним для обох сторін, оскільки банк витрачає менше грошових ресурсів для забезпечення діяльності своїх відділень, а клієнт в свою чергу не потребує їх відвідування, оскільки все необхідне (доступ до рахунків та банківських операцій) доступно в будь-який час через Інтернет (за допомогою комп'ютера, планшета або телефону).

2. Використання технології NFC у картках та портативних пристроях для безконтактних розрахунків. Такий вид оплати вважається швидким, зручним та безпечним. Існують також різні платіжні платформи, такі як Apple Pay, Samsung Pay та інші, через які зручно здійснювати оплату.

3. Ідентифікація за допомогою біометрії. На сьогодні, розпізнавання обличчя та сканування відбитків пальців клієнтів є найбільш інноваційними технологіями ідентифікації. Вони доступні як на мобільних телефонах, так і на планшетах, ноутбуках та інших пристроях.

4. Набирають все більшої популярності необанки, які надають свої послуги та вибудовують всю взаємодію "банк-клієнт" через додаток, економлячи на витратах за відсутності відділень. Необанки фокусуються на технологічному аспекті обслуговування клієнтів та конкурують за швидкість і простоту, з якою клієнт може здійснити угоду в додатку. На даний момент, лідер у цьому сегменті МоноБанк – банківський продукт АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК».

5. Діяльність FinTech компаній стає більш поширеною. Порівнюючи ці компанії з банками, вони пропонують все більше способів здійснення електронних платежів з використанням інноваційних сервісів. Під час їх співпраці переваги отримують обидві сторони. Банки отримують розробку інноваційних проектів, в той час як FinTech компанії – напрацьовану клієнтську базу, сформовані бренди та ділову репутацію.

Також, на державному рівні, а саме через НБУ, ініціюється безліч інновацій в українській банківській системі. З 2020 року було введено стандарт IBAN для рахунків, завдяки чому стали більш зручними і зрозумілими міжнародні та національні розрахунки. Окрім цього, з цього ж року банки мають змогу проводити ідентифікацію та верифікацію клієнтів за допомогою системи онлайн-верифікації BankID без їхньої особистої присутності.

Не менш важливим нововведенням є регуляторна пісочниця (сендбокс), тестовий запуск якої передбачається в грудні 2021 року, а повноцінний запуск – у другому півріччі 2022 року. РП – це фактично спеціальний правовий режим роботи для фінансових компаній. Він дозволяє тестувати нові сервіси у обмеженому середовищі без ризику порушення фінансового законодавства та у безпечному середовищі. Також це тестове середовище в якому за потреби можна випробовувати нові продукти на обмеженому колі споживачів.

Отже, конкуренція на ринку банківських послуг дуже висока, тому потрібно постійно слідкувати за впровадженням та розвитком банківських інновацій, оскільки в умовах сьогодення вони є ключем до лідерства. Щоб зберегти свою конкурентоспроможність та частку на банківському ринку, необхідно своєчасно відстежувати попит клієнтів на нові послуги і розробляти інноваційні рішення, використовуючи нові цифрові технології.

Література:

1. Стратегія Національного банку України до 2025 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-natsionalnogo-banku-ukrayini>.

2. Опитування щодо регуляторної пісочниці Національного банку України. URL: <https://promo.bank.gov.ua/sandbox/>.

ВПЛИВ ПРОЦЕСУ КАПІТАЛІЗАЦІЇ НА ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Марич М. Г.,

канд. екон. наук, доцент

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Сучасні процеси банківської системи зумовлені змінами, які відбуваються на національних та міжнародних фінансових ринках та мають низку особливостей, що різнять її від ситуації в інших сферах. Основними факторами загострення ситуації на банківському ринку України є як внутрішні проблеми, так і зовнішні, зокрема, глобалізаційні процеси світового фінансового ринку, інноваційні технології фінансового та електронного характеру, недостатність кредитних ресурсів, індивідуальність банківських продуктів.

Все це зумовлює розробку банками стратегій, які орієнтуються на те, щоб посісти провідні позиції у конкурентному середовищі, а також забезпечення ефективності фінансового планування, що у свою чергу, приведе до покращення фінансових результатів діяльності банку. Основними чинниками, які негативно впливають на дані процеси є: загальний стан економічного та політичного середовища, неефективне державне регулювання та неякісний менеджмент, нездатність пристосуватися до пандемії Covid-19. Саме тому актуальним є питання дослідження особливостей фінансового планування у банківській установі, виявлення тих внутрішніх резервів, які дозволять банку зайняти лідируючі позиції у різних сферах банківської діяльності [1, с.154].

На сучасному етапі широке коло питань, пов'язаних з дослідженням процесів планування банківської діяльності, проблеми використання і визначення раціональних підходів щодо методики та інструментального аналізу ефективності виконання планів, висвітлено в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених економістів: Е. Долана, Дж. Кейнса, М. Фрідмена, І Фішера, Дж. Сінкі, Л.Г. Батракової, О.В. Дзюблюка, А.М. Мороза, М.І. Савлука та інші.

Проте варто зазначити, що автори недостатньо уваги приділяють дослідженню банку як специфічного суб'єкта фінансового ринку. Тому процес управління банком в частині фінансового планування потребує подальших наукових досліджень та розробок.

Зважаючи на те, що ефективна діяльність банку, а також перспективи його розвитку безпосередньо залежать від рівня його капіталізації, а також, дослідивши Стратегії розвитку провідних банків України вважаємо, що процес рекапіталізації є одним із методів підвищення ефективності фінансового планування в системі управління банками. І важливу роль тут відіграють принципи Базелю III [2, с.20].

Із прийняттям Базелю III введено нове поняття – «кореневий капітал першого рівня», який складається з двох елементів, представлених на рис.1.

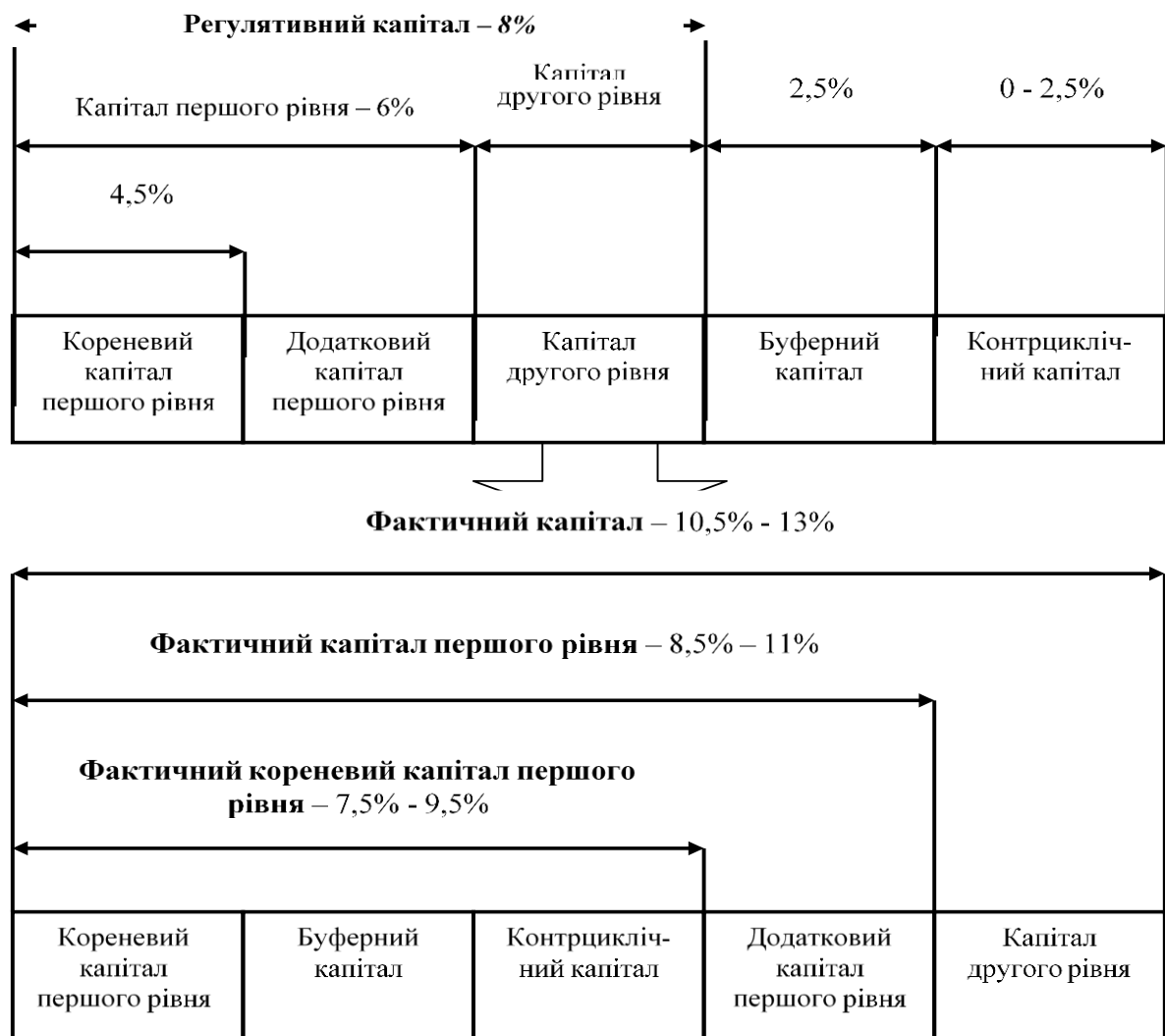


Рис. 1. Нові вимоги до достатності капіталу банку відповідно до Базеля III

Звертаємо увагу на те, що завдання капіталу першого рівня полягає, в першу чергу, у покритті збитків на стадії функціонування банку (до банкрутства та ліквідації). За допомогою капіталу першого рівня у банку є можливість забезпечити запас фінансових ресурсів, необхідний для покриття збитків, що відбувається без залучення інвесторів. Коли мова йде про функціонування банку в умовах кризи, то саме капітал першого рівня виступає гарантією його доступності, а тому інструменти, якими він представлений, не повинні мати встановленої дати погашення. Важливу роль базовий капітал першого рівня відіграє у процесі обмеженого випуску привілейованих акцій – мінімальний його розмір може складатися лише зі звичайних акцій, відповідних резервів і нерозподіленого прибутку. Таким чином, це стимулюватиме банки до обмеження випуску тих же привілейованих акцій. Варто зазначити, що основним джерелом кореневого капіталу першого рівня є нерозподілений прибуток. Відповідно до Базеля III гібридні інструменти повинні бути виключені зі складу банківського капіталу. Це пов'язано із тим, що вони мають фіксовані дивіденди/платежі та чітко визначений строк повернення. Для успішної рекапіталізації банк не повинен постійно обмежувати виплату дивідендів за інструментами, які входять у склад додаткового капіталу першого

рівня та капіталу другого рівня, так як це подаватиме неправильні сигнали інвесторам.

Отже, можна зробити висновок, що принципи Базель III дозволять покращити капіталізацію комерційних банків, що позитивно вплине на фінансове планування їх діяльності.

Література:

1. Доценко І.О., Шпонарська А.М. Система фінансового планування в банківській діяльності. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки*. 2019. №11. С.153-156.

2. Чуб О.О. Перспективи впровадження Базель III в умовах фінансової глобалізації. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць*. 2020. №1(12). С.18-25.

МОБІЛЬНИЙ БАНКІНГ ЯК ПОЧАТОК ПЕРЕХОДУ ФІНАНСОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ЦИФРОВИЙ ПРОСТІР

Третяк К. В.,

канд. екон. наук,

Національний університет харчових технологій

Захарченко Д. О.,

Національний університет харчових технологій

Сучасний світ, який переповнений технологічними новаціями, з кожним роком потребує змін: технічних, економічних, медичних. Викликом для багатьох країн світу стала пандемія, яка похитнула звичний для всіх ритм та спосіб життя. Ніхто не міг уявити, що всі країни світу в один момент стануть залежними від цифрових технологій настільки, що будь-які зустрічі почнуть проводитись он-лайн. Усе це показало готовність до повної цифрової трансформації та діджиталізації.

Діджиталізація в сучасному розумінні означає активний розвиток певного процесу: банківської системи, системи документообігу, банківської сфери, врядування тощо. Все це, дійсно, з кожним роком доводить нам, що Україна не стоїть на місці та намагається йти в ногу з країнами першого світу. Особливо це помітно у останні декілька років, коли з боку державної влади активно почали впроваджуватися технології, що дозволяють перемістити елементи повсякденного життя в цифровий простір. Велику роль в цьому процесі зіграв і вірус, який змусив велику кількість людей перейти в он-лайн, працювати віддалено, тому і з'явилася необхідність надавати товари та послуги віддалено.

Послуги банкінгу почали переходити в веб-простір ще задовго до описаної події, проте, порівнюючи з вже існуючими у 2021 році технологіями, це можна назвати тільки спробами до цифровізації. Діджиталізація в банківській сфері полягає в тому, що банківські послуги у звичайному розумінні, а також уся інформація, переноситься в інтернет простір [1]. Завдяки цьому формується можливість здійснення цифрових операцій віддалено. Перенос усієї інформації відбувається за допомогою певного програмного

забезпечення та мережі Інтернет. Безготівкові операції, які здійснюються користувачами, потребують дистанційного доступу до платіжних систем оплати, відповідно в реаліях діджитал-банкінгу платіжні системи також набувають діджиталізованих аспектів.

Інструментами втілення банківських он-лайн послуг стають спеціально розроблені спеціалізовані технології, такі як мобільні додатки та чат-боти, які користуються популярністю серед великої кількості клієнтів банків. Такі речі дають можливість контактувати та взаємодіяти з банком, контролювати свій рахунок, здійснювати перекази без присутності в відділенні.

Банкінг завдяки смартфону – це вже розповсюджена технологія в Україні, однак слід сказати, що ця технологія в нашій країні передбачає здійснення переважно розрахунково-касового обслуговування, тоді як закордонна практика активно використовує банкінг у смартфоні для депонування коштів та отримання кредитів. В Україні завдяки банкінгу в смартфоні також можна подати заявку на відкриття поточного, депозитного та кредитного рахунку, однак більшість клієнтів даною діджиталізованою послугою не користується. Дистанційне банківське обслуговування «Банк у смартфоні» є можливим завдяки використанню мобільних додатків. Проте потрібно розуміти, що постійний розвиток у сфері діджиталізації потребує великих витрат для власників банків, що у свою чергу потребує відповіді на запитання «Витратити менше, чи більше продавати?» [2].

Основна особливість діджиталізації фінансового сектору України полягає в тому, що до 2017 року усі процеси трансформувалися на наш ринок дуже повільно, проте саме після початку 2017 року та відкриття Monobank [3] на українському ринку банківських послуг почали з'являтися схожі проекти, які поступово почали захоплювати український ринок. Збільшення частки суттєво нових продуктів на ринку, за останні декілька років, показує ажіотаж, який з'явився після розробки та появи вже вказаного раніше продукту.

Мобільний банкінг, як початок переходу фінансових організацій у цифровий простір означає, що зі збільшенням потреби громадян до все більш простіших в використанні, та корисніших у повсякденні послуг, фінансовий сектор буде адаптуватися до потреб клієнтів, шукати сучасніші та актуальніші шляхи для надання цих послуг, що, у свою чергу, призведе до конкурування скоріш не банків між собою, а креативних відділів один з одним. Використання он-лайн верифікації через додаток «Дія», що спростило надання звичайних кредитних послуг на картки клієнтам [2], розширює можливості фінансових організацій щодо надання повного кола різноманітних послуг віддалено. Беручи до уваги, що досі велика частина громадян України більш довіряє готівці [4], відповідно і кредитування готівкою вважається більш зрозумілим та безпечним, тому в сучасних реаліях однією з цікавих послуг було б віддалене кредитування готівкою з можливістю доставки на зручне для клієнта місце. Пройшовши верифікацію, поставивши підпис через електронний додаток «Дія» та ознайомившись з правилами кредитування банку, клієнт міг би отримати кредит готівкою додому чи прямо в магазин. Звичайно, для банків

простіше кредитувати клієнтів у відділенні, проте сучасні проблеми потребують сучасних рішень.

З кожним роком ринок фінансових послуг України розвивається, з'являються нові підходи, нові додатки та способи надати запропоновані клієнтам послуги. Враховуючи відсталість розвитку діджитал-сфери на території колишньої СНД для того, щоб наздогнати у розвитку провідні країни світу нам потрібно витратити як мінімум 10 років, проте все це можливо реалізувати.

Література:

1. Діджиталізація: як далі це явище змінюватиме життя українців? URL: <https://nabu.ua/ua/olena-korobkova-15.html>

2. Діджиталізація щороку стає дорожчою для банків. URL: <https://finclub.net/ua/news/dydzhytalizatsiia-shchoroku-staie-dorozhchoiu-dlia-bankiv.html>

3. Офіційний сайт Monobank. URL: <https://www.monobank.ua/>

4. Как накапливают и где прячут деньги украинцы. URL: <https://minfin.com.ua/invest/articles/kak-nakaplivayut-i-gde-pryachut-dengi-ukraincy/>

ПЕРЕВАГИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ

Третяк К. В.,

канд. екон. наук,

Національний університет харчових технологій

Іваніна А. О.,

Національний університет харчових технологій

В сучасних ринкових умовах процес діджиталізації є чи не головною рушійною силою економічного зростання як окремих підприємств, так і всієї держави в цілому. Трансформація зовнішнього середовища, зокрема у сфері технологій, а також посилення інформаційних процесів та організація нових потреб споживання, спричиняють зростання діджиталізації в усьому світі [2].

Сучасний банк у будь-якій країні світу вже не може функціонувати без діджиталізованих технологій. Цифрова трансформація банківської сфери – це блискуча можливість розширити бізнес, знизити операційні витрати та побудувати ефективні канали надання послуг, щоб тісніше взаємодіяти з клієнтами та чітко розуміти їх потреби.

Банківська система України в останній час зазнала значних змін. Спочатку зародився інтернет-банкінг, потім з'явився мобільний банкінг. Банкінг у месенджерах – різновид мобільного банкінгу. Популярність Інтернет-банкінгу можна пояснити наступними перевагами: простота та зручність використання; невисока вартість послуг; якісний та швидкий сервіс.

Наша держава має змогу і повинна ефективно впроваджувати закордонний досвід Інтернет-банкінгу, а також банкінгу в смартфоні та в месенджері.

Національний банк України та Міністерство цифрової трансформації спільно працюють над цифровізацією української банківської системи. Результат цієї співпраці – доступні онлайн-послуги світового рівня, які відкривають нові можливості як для банків, так і для їхніх клієнтів [4].

Нині в Україні у сфері фінансових технологій функціонує понад 100 компаній, при цьому більше 50% з них почали діяти протягом останніх трьох років. Найпопулярнішим напрямом роботи є платежі та мобільні гаманці. Такі дані наведено в Українському фінтех-каталозі-2019, презентація якого відбулася у липні 2019 року у Національному банку України [3].

Багато банків і кредитних спілок почали переводити свої контакт-центри з локальних у «хмарні» з метою зниження ризиків безпеки, пов'язаних із віддаленою роботою співробітників [5].

Цифрова трансформація банківського сектора в Україні має безліч переваг. Діджиталізація в банківській діяльності дозволяє прискорити отримання послуг клієнтів, знижує їхню вартість, а також створює можливості надання нових банківських послуг, забезпечує конкурентоспроможність банків та їх економію на утриманні офісів, заробітній платі працівників та інших витратах. До того ж діджиталізація дозволяє формувати сучасні, оперативні, безпечні національні електронні платіжні системи, платіжні системи банківської сфери та внутрішньодержавні небанківські електронні платіжні системи.

У банках, які перейшли на цифрову платформу спостерігається поява конкурентних переваг, а саме:

- 1) доступність та мобільність сервісу;
- 2) оперативність виконання та підтвердження транзакцій;
- 3) широкий діапазон персоніфікованих послуг;
- 4) мінімізація комісії;
- 5) збільшення присутності банків у регіонах.

Отже, цифрові фінанси поступово підтверджують власні вигідні переваги для всіх суб'єктів фінансових відносин.

Банкам нова технологія дозволяє економити на оренді приміщень, заробітних платах персоналу, витратах на забезпечення операцій з готівкою тощо. Фінкомпанії і необанки, у свою чергу, отримують можливість розвиватися без прив'язки до фізичної присутності в регіонах і, тим самим, можуть конкурувати з банками, залучаючи клієнтів низькими тарифами, гнучкими умовами обслуговування і сучасними ІТ-розробками. А мобільний банкінг робить життя українців простішим, комфортнішим і – головне – безпечнішим [1].

Підводячи підсумки, потрібно сказати, що Україна взяла високу планку на шляху впровадження можливостей діджиталізації. З кожним роком у різних сферах нашого життя з'являються ноу-хау, які, зможуть використовуватись споживачами ще довгий період часу.

Література:

1. Банк у смартфоні. Чому мобільний банкінг – вже норма. URL: <https://new.minfin.com.ua/ua/ideabank/obank>.
2. Діджиталізація як основний фактор розвитку бізнесу. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201186>.
3. Інновації та розбудова фінтех-ринку України – у фокусі уваги Національного банку /Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua>.
4. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://bank.gov.ua>.
5. Поняття діджиталізації бізнесу: сфери і необхідність. URL: <https://evergreens.com.ua/ua/articles/business-digitalization.html>.

НЕОБАНКІНГ ЯК НОВІТНЯ ТЕНДЕНЦІЯ ЕФЕКТИВНОЇ РОЗБУДОВИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Третяк К. В.,

канд. екон. наук,

Національний університет харчових технологій

Приймачок А. О.,

Національний університет харчових технологій

Сучасний стан фінансового сектору дає поштовх для створення нових технологій для всіх сегментів ринку. Зокрема, банківська система розвивається у сфері цифрових послуг та зумовлює появу віртуальних банків або ж необанків. Прогрес фінансових технологій сприяє максимальній автоматизації та діджиталізації банківської діяльності.

Можна зустріти декілька назв необанку, серед яких: віртуальний банк, цифровий банк, інтернет-банк, директ-банк або онлайн-банк [1, с. 108-109]. Поняття цифрового банку означає загальну назву технологій дистанційного банківського обслуговування, що здійснюються у будь-який час і з будь-якого пристрою, що має доступ до Інтернету [4]. Інтернет-банк та мобільний додаток банків, до прикладу як Приват24, не є тотожними. Головною відмінністю від традиційних банків є відсутність фізичних відділень.

Віртуальні банки здійснюють свою діяльність за двома моделями. Працюють на базі банківської ліцензії, що дає змогу функціонувати як повноцінна фінансова установа. Інші реалізують свої послуги на базі звичайних банків. Прикладом такого виду діяльності на українському ринку може бути Monobank, який надає свої банківські продукти на базі Universal Bank, що безпосередньо здійснює операції. Існує змішана модель, за якою необанки провадять свою діяльність [2].

Згідно даних НБУ, кількість структурних підрозділів банків, що здійснюють свою діяльність на території України, поступово скорочується (зменшення складає 371 відділення станом на 1 жовтня 2021 року у порівнянні з початком 2021 року), що підтверджує перехід від фізичних відділень до онлайн-сервісів [3]. Значну роль у популяризації цифрових банків відіграє

пандемія COVID-19. Користувачі банківських послуг все більше змушені використовувати віддалені онлайн-ресурси [2].

Віртуальні банки мають свої переваги та недоліки для користувачів. Перевагами можна вважати :

- вартість послуг. Зазвичай продукти не дорогі, відсутня комісія за платежі, низькі тарифи тощо. Онлайн-сервіс пропонує кешбеки,
- цілодобове обслуговування. Клієнти можуть здійснювати операції мобільних додатках у зручний час, для цього не потрібно стояти в черзі,
- зручність для користувачів. Мінімалістичний та простий інтерфейс дає змогу легкого користування та швидкий час обробки,
- індивідуальність клієнта. Добірка найкращих послуг в залежності від уподобань споживача. Для підтвердження транзакцій використовуються способи біометричних ідентифікацій.

До недоліків цифрових банків можна віднести:

- володіння технікою. Не у кожного є навички користування смартфонами та іншими гаджетами,
- необанки працюють лише в Інтернеті, тому потрібний безперервний доступ до мережі,
- обмеженість послуг. Оскільки це новий вид банків, більшість із них ще не пропонують повний спектр продуктів, які можуть надавати традиційні банки.

В Україні діяльність цифрових банків має тенденцію до зростання і на сьогоднішній день представлена наступними суб'єктами:

- Monobank – це перший проєкт, запущений у 2017 р., лідер серед необанків. Працює на підставі ліцензії Universal Bank, що входить до групи ТАС.
- Sportbank – це сервіс від компаній Dyvotech та N1. Здійснює діяльність на базі ліцензії Оксі Банку.
- Izibank – заснований групою ТАС та Анною Тігіпко. Створений у вересні 2020 р.
- O.Bank – проєкт Ідея Банку, що працює за ліцензією даного банку.
- Todobank – проєкт від Мегабанку, який працює на його ліцензії та став доступний для користувачів починаючи з серпня 2019 р.
- NEOBANK – стартап від Concord Bank, який вийшов на український ринок у грудні 2020 р. [2].

Отже, у сфері банківського бізнесу спостерігається прогрес. Українські віртуальні банки вже повноцінно працюють на ринку та є перспективною інновацією на ринку банківських послуг. Поява цифрових банків є викликом для класичних банків, що змушує вдосконалювати онлайн-сервіси та дає можливість споживачам отримувати більш якісні та доступні послуги.

Література:

1. Еркес О. Є., Калита О. В., Гордієнко Т. М. Потенціал цифрового розвитку банків України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. №28. С. 108-114.

2. Миронович В. Схід нової реальності. URL:
<https://business.ua/uk/node/11736>.
3. Національний банк України. URL:
<https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#5>.
4. Савченко Ю. Чи є в Україні віртуальні банки? URL:
<https://news.finance.ua/ua/news/-/359990/avtorski-kolonky-chy-ye-vukrayini-virtualnibanky>.